



Planering av webbaserad evenemangskalender

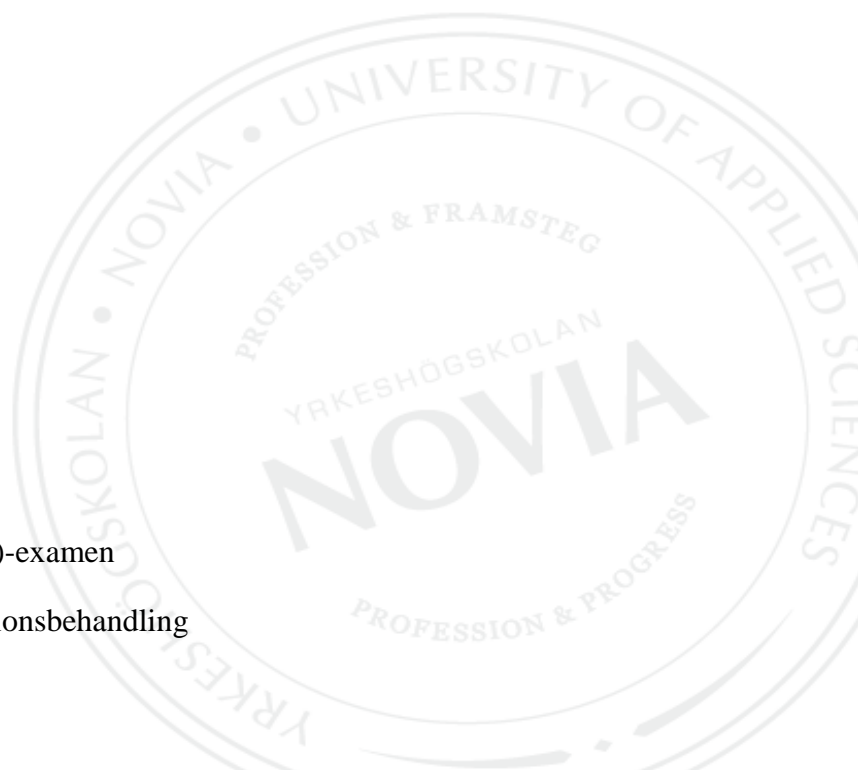
Sebastian Qvist

Mathias Morberg

Examensarbete för Tradenom (YH)-examen

Utbildningsprogrammet i Informationsbehandling

Raseborg 2015



EXAMENSARBETE

Författare: Sebastian Qvist och Mathias Morberg

Utbildningsprogram och ort: Informationsbehandling, Raseborg

Handledare: Kim Roos

Titel: Planering av webbaserad evenemangskalender

Datum: 14.04.2015

Sidantal: 53

Bilagor: 4

Abstrakt

I detta examensarbete görs en detaljerad planering av ett webbaserat evenemangssystem. Det görs en analys över behov och tillvägagångssätt för evenemangsbesökare samt arrangörer, och utgående från analysen skapas ett ändamålsenligt evenemangssystem för Raseborgsområdet.

Analyserna kommer att grunda sig på intervjuer där man varit i direktkontakt med besökare och arrangörer. Slutresultatet skall hjälpa webbutvecklare att förverkliga detta evenemangssystem oberoende av CMS-plattform. I arbetet behandlas också responsivitet eftersom det idag är viktigt att allt på webben skall vara optimalt att besöka även med mobilen eller pekplattan.

Även de grafiska elementen samt upplägget av evenemangssystemet kommer att diskuteras då detta ofta är något som är bristfälligt på de befintliga system som finns.

Språk: Svenska

Nyckelord: Evenemangskalender, PHP, databaser, evenemang, Raseborg, kalender

BACHELOR'S THESIS

Authors: Sebastian Qvist and Mathias Morberg

Degree Programme: Business Information Technology

Supervisor: Kim Roos

Title: The planning of a web based event calendar

Date: 14.04.2015

Number of pages: 53

Appendices: 4

Abstract

In this Bachelor's thesis a detailed plan has been made for a web based event calendar. An analysis is made based on the needs and the methods that people use to search and advertise for their events in the Raasepori area. The thesis work will help planning as convenient a calendar as possible for the visitor and the organizer.

The analysis will be based on interviews that have been made with visitors at all kinds of events and also with the organizers of events. With the result of the analysis we hope to make it easier for a web developer to fulfil the plan regardless of which CMS-platform they use.

Responsivity is also an important chapter of this thesis, since it is a crucial part of the web development today, due to the increase of tablet and mobile phone use for browsing.

The graphical elements have also been discussed in this thesis since they are a crucial part of a user friendly event calendar.

Language: Swedish

Keywords: event calendar, PHP, databases, Raasepori

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
2. Syfte och problemformulering	2
2.1 Fördelar	2
2.2 Begränsningar	2
2.3 Lämplighet	3
3. Metoder och tillvägagångssätt	4
4 Jämförelse mellan evenemangskalendrar	5
4.1 Stockholm, Sverige	5
4.2 Helsingfors, Finland	9
4.3 Fredrikshamn, Finland	13
4.5 London, England	20
4.6 Jämförelse mellan städer	24
5. Intervjuer	27
5.1 Intervjuanalys av evenemangsarrangörer	27
5.2 Intervjuanalys av evenemangsbesökare	30
6. Behoven för Raseborg	33
7. Byggstenarna för ett bra kalendersystem	34
7.1 Evenemangstyper	34
7.2 Innehåll	34
7.3 Kategorier	35
7.4 Sociala medier	36
7.5 Grafiska element	36
7.6 Grafiskt upplägg av evenemangskalendern	37
8. Responsivitet	40
8.1 Mobil	40
8.2 Surfplatta	42
9. Databasstruktur	43
10. Kodspråk för implementering av evenemangskalender	46
10.1 PHP	46
10.2 Javascript	47
11. Utvecklingsmöjligheter	48
12. Kritisk granskning och diskussion	49
13. Slutsatser	50

Källförteckning	51
Figurförteckning	52
Tabellförteckning	54

1. Inledning

I detta slutarbete byggs det upp en plan för hur man kan förverkliga en webbaserad evenemangskalender. Det kommer b.l.a att analyseras vilka metoder arrangörer använder för att marknadsföra sina evenemang. I arbetet undersöks också vilka metoder evenemangsbesökare har för att dela med sig av evenemang och hur de får reda på de evenemang de besöker.

Genom att gå igenom befintliga evenemangskalendrar analyseras även vad som är optimalt och vad som inte är nödvändigt för att få ett så bra och modernt evenemangssystem för Raseborg som möjligt.

2. Syfte och problemformulering

Vårt mål är att planera en webbaserad evenemangskalender som ett företag lätt skall kunna sköta utan att behöva sätta ner mycket av sin egen arbetstid. Evenemangskalendern skall vara unik och skilja sig från alla andra kalendrar.

Kalendern kommer att innehålla händelser från Raseborg vilket innebär att kalendern skall planeras för just det området. För att kalendern skall vara en bra marknadsföringskälla för arrangörer och besökare så måste den ha ett modernt och snyggt utseende samt vara lättanvänd.

2.1 Fördelar

Fördelarna med att göra denna planering av ett evenemangssystem är att det skall vara så smidigt som möjligt för en webbutvecklare att ta tag i ett projekt där ett evenemangssystem byggs upp. Med hjälp av denna planering kan webbutvecklaren slippa en hel del förarbete och analyser av behov och krav på vad ett evenemangssystem för Raseborgsområdet skall innehålla.

Detta ger en så klar syn som möjligt på vad som behövs och gör det därför enkelt för den som tar itu med projektet och förverkligar det. Målet med denna planering är även att göra det mycket enklare att hitta evenemang och även dela med sig av sina egna evenemang.

Med tanke på att det finns evenemangskalendrar inom Raseborgsområdet som är bristfälliga är även målet att planera ett så anpassat system som möjligt så alla kan använda sig utav samma kalender för att göra funktionen av den så effektiv som möjligt.

2.2 Begränsningar

Vårt mål är att skapa en plan för hur man kan bygga en evenemangskalender anpassad för Raseborg. För att förverkliga planen så krävs kod-, SQL- och databaskunskaper samt webbtteknikkunskaper. En skiss på evenemangskalendern kommer att göras för dator och mobil i Photoshop. Skissen baseras på analyserna av andra evenemangskalendrar samt

intervjuerna med evenemangsarrangörerna och besökarna. Ingen direkt kodning kommer att tas upp eftersom det är en planering och man valt att inte gå in på detaljer. Ett ER-diagram kommer att struktureras upp för hur databasstrukturen kan se ut i en evenemangskalender. Detta kommer att vara ett grundupplägg av viktiga tabeller och kolumner vilka måste anpassas efter egna behov vid förverkligandet.

2.3 Lämplighet

Evenemangskalendern skall planeras så att den passar för både stora och små företag inom Raseborg. Det skall finnas ett antal med kategorier som gör det lätt att lägga till och också söka evenemang i evenemangskalendern.

Evenemangskalendern lämpar sig för användare i alla åldersgrupper eftersom tanken är att man skall kunna lägga till alla typer av evenemang.

3. Metoder och tillvägagångssätt

Vid analysen av befintliga evenemangskalendrar användes kvalitativ analys. Metoden som kommer att användas för analysen av enkätssvaren är kvantitativ, fastän analysfrågorna är av kvalitativ art. En egen uppfattning har även byggts upp för att inte förlita sig för mycket på siffrorna eftersom antalet svar på analyserna inte blev så många.

För att kunna göra en statistik över evenemangsarrangörer bestämde man sig för att vara i direktkontakt med arrangörerna och intervju dem. Detta sätt valdes även pga. andra metoder som kontakt via e-post oftast blir obesvarat.

Statistiken för evenemangsbesökare har gjorts på basis av en Google-enkät då antalet som svarade var beräknat att vara mycket högre än hos annonsörerna. Dessa svar gjordes sedan delvis om till diagram där kvantitativa metoder användes men det förlitades inte enbart på den statistik som samlats eftersom antalet svar från en del åldersgrupper var lågt.

Besökarnas svar valdes att delas upp i fyra olika åldersklasser för att kunna analysera de svar som samlats in bättre, och se vilka behov de äldre har jämfört med de yngre. Eftersom det kalendersystem som planeras gäller Raseborg så beslutades det att intervju annonsörer inom Raseborg för att kunna kartlägga deras nuvarande marknadsföringssätt och möjliga behov för kommande evenemang.

Datainsamlingen av annonsörer gjordes under en månads tid, då det krävde flera påminnelser för att få en del svar. Datainsamlingen av besökare gjordes under en veckas tid då det fungerade bra med den webbenkät som användes.

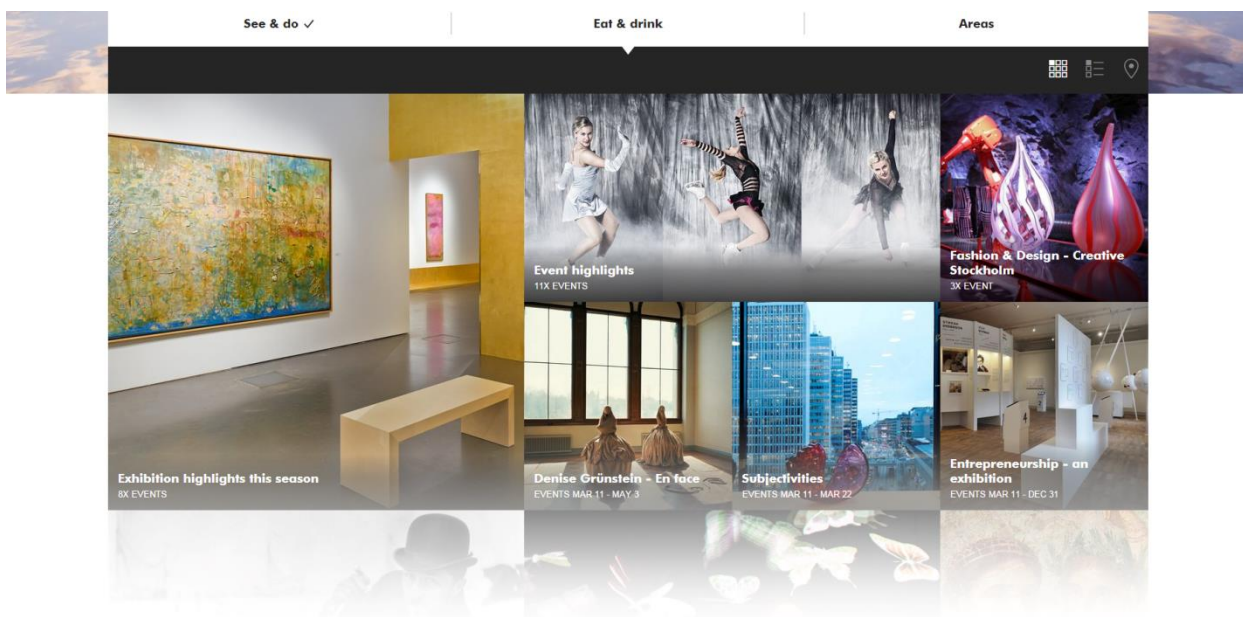
Möjliga svagheter som statistiken kan innehålla är b.l.a ett lågt antal svar till intervjuerna för arrangörer. Antalet svar från den yngre åldersgruppen 18-25 år och yngre är bristfälligt vilket gjort att man inte förlitat sig helt på den statistik som samlats in.

4 Jämförelse mellan evenemangskalendrar

I detta kapitel kommer fem evenemangskalendrar för fem olika städer att analyseras och jämföras. De evenemangskalendrar som har analyserats är väldigt olika. Saker som tas upp är användarvänlighet, utseende, funktioner och även hur de fungerar i mobilen. För att en evenemangskalender skall kunna planeras så bra som möjligt gäller det att även analysera och kartlägga brister och fördelar med andra evenemangskalendrar på nätet.

I slutet då de fem utvalda evenemangskalendrarna har analyserats kommer de att jämföras samt tas upp brister och fördelar med dem.

4.1 Stockholm, Sverige



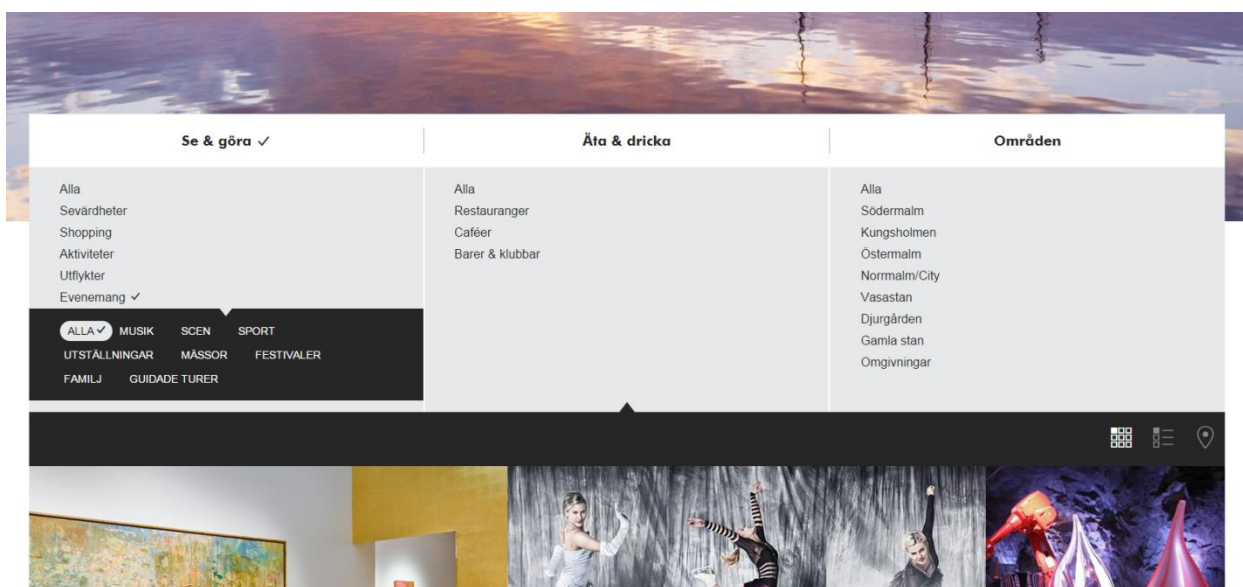
Figur 1. Överblick på Stockholms evenemangskalender. (Stockholm Visitors Board, 2015)

Stockholm har valt att bygga upp sin evenemangskalender med bilder som bra beskriver vilken typ av evenemang det rör sig om. Bilderna ger kalendern ett modernt men samtidigt stilrent utseende.

På första sidan av evenemangen listas ca.30st varav en del av dem syns i Figur 1, och därefter är det bara att klicka på visa fler för att ladda fram ytterligare ca.30st utan att behöva ladda om sidan.

Evenemangen är sorterade så att de kommande evenemangen är högst upp. Om man vill se evenemang som pågår för tillfället så finns det bilder med texten “utställningar just nu” och “evenemang i Stockholm”, där man kan se vilka evenemang som gäller dessa som pågår för tillfället.

För att göra sökandet av evenemang enklare finns det nio olika kategorier att filtrera mellan som t.ex. musik, sport, utställningar, familj och festivaler. Man har också möjligheten att filtrera mellan olika områden i Stockholm. Filtreringen sker i real-tid vilket innebär att man slipper omladdandet av sidan och kan mycket smidigare bläddra mellan olika evenemang. (Se Figur 2)



Figur 2. Filtreringsalternativ på Stockholms evenemangskalender. (Stockholm Visitors Board, 2015)

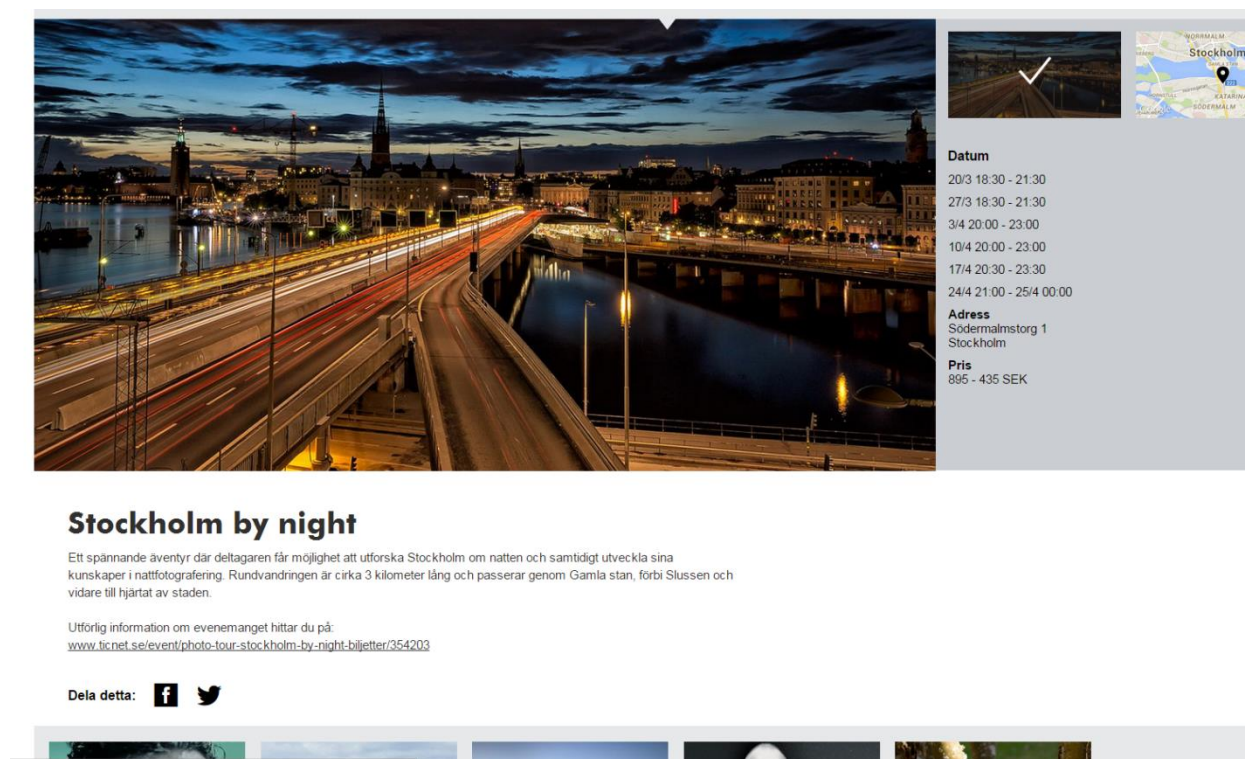
Det som även är bra är att det går att välja hur evenemangen ska listas. Om man inte vill att det ska visas som stora bilder så kan man lista det radvis med mindre bilder. Man kan även välja att visa evenemang på kartan om man vill se i vilka områden de ordnas.

För evenemangen visas endast titel samt datum på de stora bilderna. Eftersom samtliga evenemang ordnas i Stockholm har de valt att inte skriva specifikt var evenemanget ordnas på de stora bilderna, utan man måste klicka på evenemanget för att kunna se mera info som t.ex. plats, datum, pris och hemsida.

Då man klickar på ett evenemang så förstoras rutan till en större ruta där du får mera detaljerad information om evenemanget.

Det som möjligtvis kan vara en nackdel med det moderna utseendet är navigerandet för äldre människor. Då även knapparna för ändrandring av listning är med bilder kan det försvåra användningen av kalendern för den äldre användaren. En annan sak som kan vara nackdel med en så bildbaserad evenemangskalender är ifall man som skapare av ett evenemang saknar bild att ladda upp på sitt evenemang så får den en tråkig standardbild som lätt blandas in bland de resterande evenemang som saknar bild.

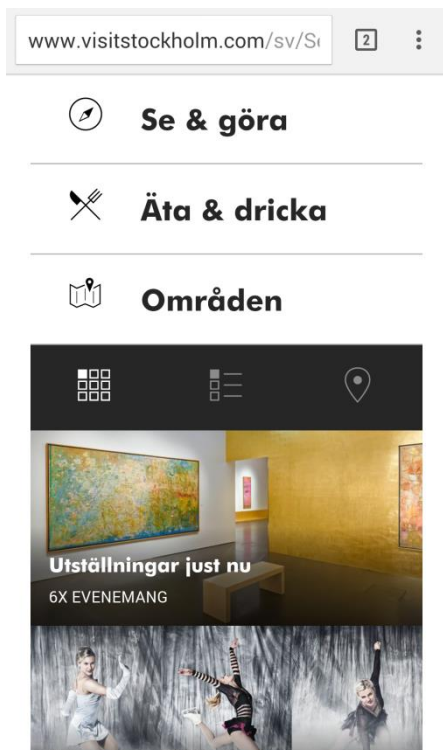
Då du klickar på ett evenemang i evenemangskalendern får du alternativen att dela evenemanget på sociala medierna Facebook och Twitter vilket man även kan se i figur 3. Alla evenemang har en skild länk som gör det möjligt för användaren att kunna dela de olika evenemangen på sociala medier eller lägga ut en länk till evenemanget.



Figur 3. Sidan för enskilt evenemang på Stockholms evenemangskalender. (Stockholm Visitors Board, 2015)

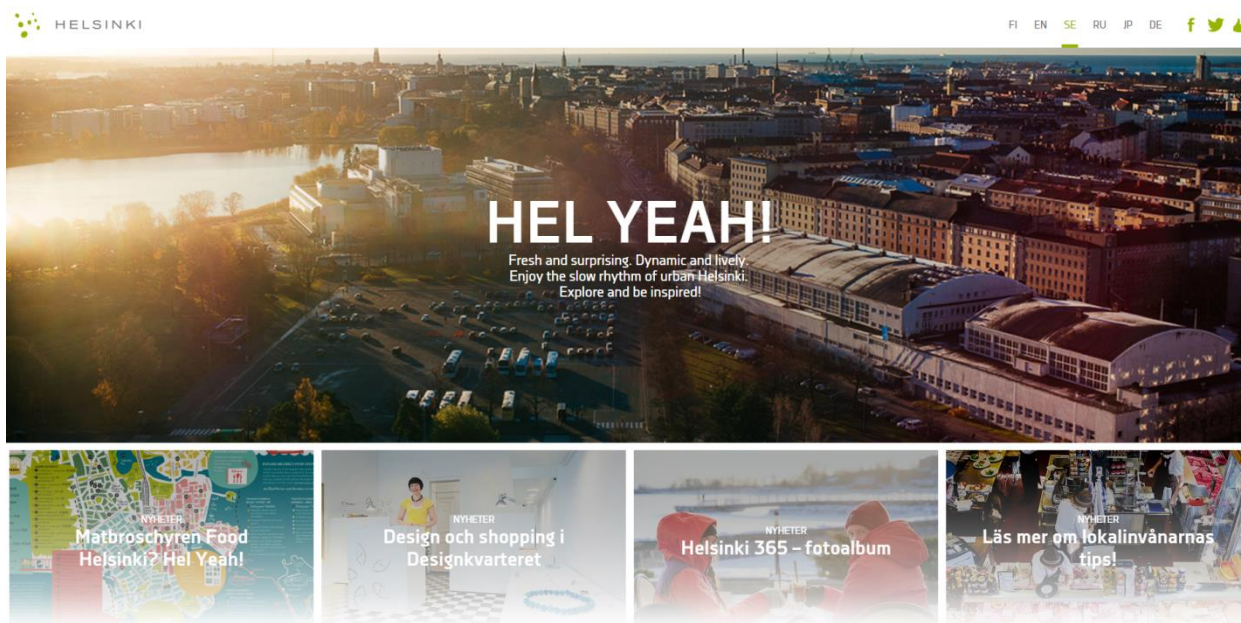
Den mobila versionen av kalendern är en nerskalad version där menyn är gjord som en enskild knapp där du får fram hela menyn som en dropdown. I den mobila versionen av

evenemangskalendern kommer det max två evenemang i bredd medan de större evenemangen tar upp hela kalenderns bredd. (Se figur 4)



Figur 4. Stockholms evenemangskalender i mobiltelefonen. (Stockholm Visitors Board, 2015)

4.2 Helsingfors, Finland



Figur 5. Överblick på Helsingfors evenemangskalender. (Visithelsinki, 2015)

När man kommer in på Helsingfors evenemangskalender så möts man av ett bildspel som visar de populäraste sevärdheterna samt övriga aktiviteter och erbjudanden. Under denna listas en del evenemang samt tips på ställen som affärer och övriga sevärdheter. (Se figur 5)


Helsingfors har som Stockholm valt att visa evenemangen som bilder för att göra kalendern mer tilltalande men har valt att endast visa ett fåtal evenemang på första sidan. Om man är intresserad av att se vilka sevärdheter som finns så kan man via att klicka på sevärdheter - bilden gå in och kolla på en hel lista med sevärdheter som finns i Helsingfors. Detta sker på en ny sida vilket kräver omladdning av sidan och sevärdheterna listas under varandra med en liten bild bredvid som är relaterad till sevärdheten och en text bredvid som beskriver sevärdheten. (Se figur 6)

Liikkuminen Helsingissä

Yöelämä

Perheille

Aktiviteetit Helsingissä




Tapahtuma-aika

23.01.2015 - 30.04.2015

Tapahtumapaikka

Helsingin kaupunginmuseo



Paikan tiedot

Lyhtysali

Lisätiedot

www.helsinginkaupunginmuseo.fi

Tapahtumahaku

Alkaen

17.03.2015

Päättyen

Hae


#fläsäri

Mitä tapahtuu, kun ryhmä kaupunkilaisia suunnittelee näyttelyn? Se nähdään 23.1.2015, kun ryhmän valitsemat valokuvat Helsingin kaupunginmuseon kuvakokoelmasta kootaan näyttelyksi Sofiankatu 4:n Lyhtysaliin.

Ryhmä on valinnut näyttelyn teeman ja toteutustavan museon henkilökunta apunaan. Kokeilu on kaupunginmuseon historiassa ensimmäinen.

Vapaa pääsy

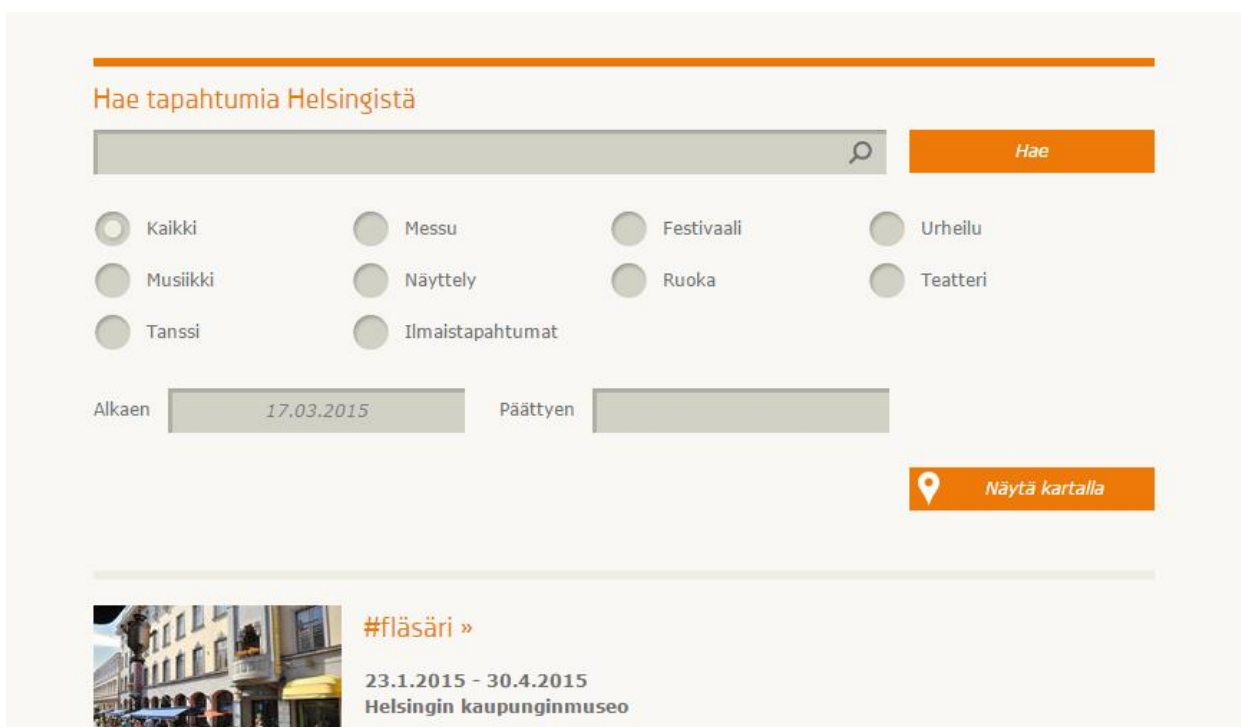
Ajankohtaista



Figur 6. Sidan för enskilt evenemang på Helsingfors evenemangskalender. (Visithelsinki, 2015)

Man kan även göra en sökning på denna sida och välja hur resultaten ska sorteras, och en möjlighet att visa på karta finns också. Själva evenemangen är en aning gömda på Helsingfors hemsida men efter att ha klickat på ett evenemang under “Se och upplev” kommer det en helt ny sida och uppbyggnad av evenemang, nyheter och ställen som är värda att besöka. Här kan man välja mellan sex olika språk och hela sidan är full med stora bilder som är relaterade till evenemangen och en kort rubrik på bilderna.

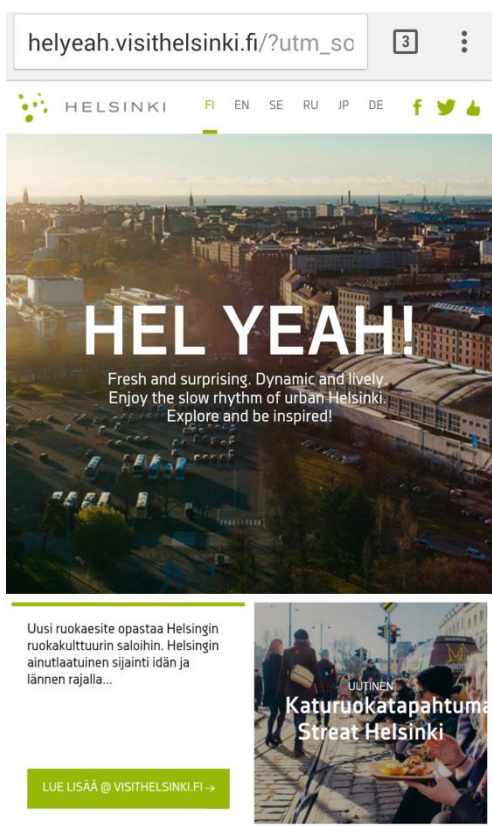
Denna sida saknar möjligheten att söka efter evenemang, vilket kräver att man går tillbaka till Helsingfors startsida och klickar på evenemangssökning som de gömt nere i footern på hemsidan (Se figur 7). Om man vill läsa mera info om ett evenemang så klickar man på det så öppnas det som en ny sida med mera text om evenemanget. Där finns också möjlighet att dela evenemang på sociala medier samt en Facebook-feed förutsatt att evenemangets arrangör valt att lägga in en sådan.



Figur 7. Filtreringsalternativ på Helsingfors evenemangskalender. (Visithelsinki, 2015)

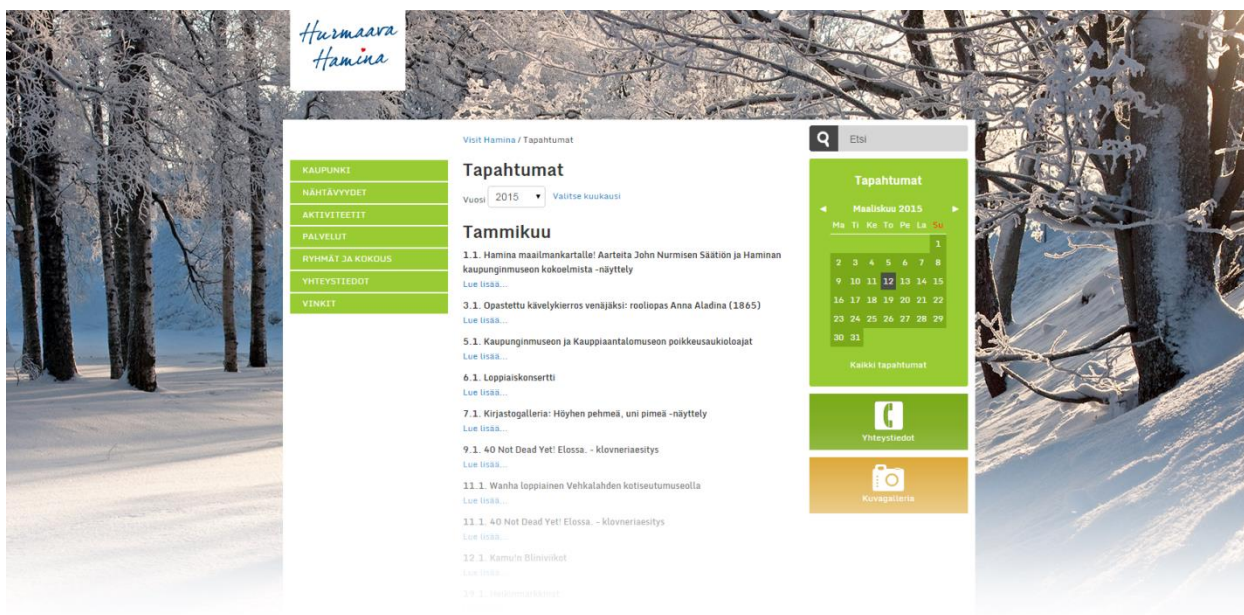
Utseendemässigt har evenemangskalendern ett modern upplägg med bilder som gör det mer intressant att gå igenom alla de händelser som erbjuds men uppbyggnaden av funktioner som sökning av evenemang är dåligt placerade och sidan känns i samband med Helsingfors hemsida väldigt dåligt planerad.

I mobilversionen för evenemangskalendern så har man undvikit att ta bort element genom att klämma ihop språkbalcken, vilket gör att val för språk är lätt tillgängliga och även evenemangsbilderna är välplacerade med passlig marginal. Då man går in på ett evenemang med mobilen för ytterligare info så ser det liknande ut som i datorns webbläsare, men man har valt att ta bort element som tar onödigt utrymme, som t.ex. Facebook-feed för evenemanget för att göra det smidigare att läsa infotexten om evenemangen. (Se figur 8)



Figur 8. Helsingfors evenemangskalender i mobiltelefonen. (Visithelsinki, 2015)

4.3 Fredrikshamn, Finland



Figur 9. Överblick på Fredrikshamns evenemangskalender. (Haminan kaupunki, 2015)

Då man kommer in på Fredrikshamns sida så ser man en liten kalender på höger sida. Nedanför kalendern finns en text där det står “kaikki tapahtumat” som du kan klicka på för att gå vidare till alla evenemang. (Se figur 9)

Fredrikshamns evenemangskalender går att få på de tre följande olika språken, finska, engelska och ryska. Då du besöker själva evenemangskalendern så listas alla händelser upp i en lista månadsvis. Evenemangskalendern är mycket simpel och innehåller inga bilder utan bara datum och namnet för evenemanget.

Ovanför listningen har du möjligheten att välja för vilket år du vill se evenemang samt vilken månad.

Evenemangskalendern har ingen sort av “live” uppdatering dvs. man kan inte se då ett evenemang pågår, men man kan se evenemang som redan har varit samt kommande evenemang.

För att få detaljerad information om ett evenemang måste du klicka på knappen “lue lisää” som ligger under evenemangets namn. Då du klickar dig vidare in på ett evenemang får du en

kort beskrivning om evenemanget samt information som tid, adress, eventuella priser, åldersgränser och kontaktuppgifter. (Se figur 10)

The screenshot shows a web page for the Hamina event calendar. The header includes the Hamina logo and the text 'Perustettu 1653'. The main content area is titled 'Kymenlaakson Lasten kulttuuriviikot' and provides details about the event, including dates (1.2.2015 - 22.2.2015) and a description of the activities. A sidebar on the left contains a list of categories, and a sidebar on the right features a calendar grid and a list of event categories.

Etusivu → Hamina-info → Tapahtumakalenteri

Kymenlaakson Lasten kulttuuriviikot

1.2.2015 klo 12:00 - 22.2.2015 klo 18:00

KOTKA, KOUVOLA, HAMINA, VIROLAHTI, MIEHIKKÄLÄ JA PYHTÄÄ - KYMENLAAKSON LASTEN KULTTUURIVIIKOT JO 33. KERRAN HELMIKUUSSA 2015

Kymenlaakson Lasten Kulttuuriviikot tuovat laadukasta lastenkulttuuria koko maakunnan alueelle. Lasten Kulttuuriviikkojen ohjelmaan mahtuu konsertteja, teatteria, tanssia, sirkusta ja paljon muuta mukavaa.

Suuri osa viikkojen esiintyjistä vieraileekin kouluissa, päiväkodeissa ja iltapäiväkerhoissa. Suurelle yleisölle on tarjolla myös paljon erilaista ohjelmaa ja toivommeikin että yleisö rohkenisi ylittää kuntarajat suunnitellessaan mihin tapahtumiin osallistuvat.

Koko Kymenlaakson Lasten Kulttuuriviikkojen ohjelma julkistetaan tammikuussa 2015.

[Takaisin tapahtumiin](#)

TAPAHTUMAT

Ma	Ti
2	3
9	10
16	17
23	24
30	31

Kaikki tapahtumat
Ilmoita tapahtuma

[Avoime](#)

[Hamina](#)

[Hamina](#)

[Maidin Hai](#)

[Hiihto-](#)

Figur 10. Sidan för enskilt evenemang på Fredrikshamns evenemangskalender. (Haminan kaupunki, 2015)

Eftersom varje evenemang kommer upp som en ny sida och får en egen adress så har du möjligheten att använda sidans adress för att dela länken på t.ex. sociala medier, mail eller andra ställen du vill dela länken på. Sidan är uppbyggd så att ikonerna för de sociala medierna Facebook, Twitter, LinkedIn och Pinterest följer med till vänster om sidan hela tiden vilket ger dig möjligheten att dela just den sidan som du ligger på genom att klicka på någon av ikonerna för de sociala medier som finns.

Det bjuds även på ett bildgalleri på samma sida som evenemangskalendern finns där man kan se en hel del olika bilder från Fredrikshamn på olika sevärdheter, dessa saknar dock bildtexter vilket hade varit ett plus för den som inte varit där förut och vill veta mera om bilderna.

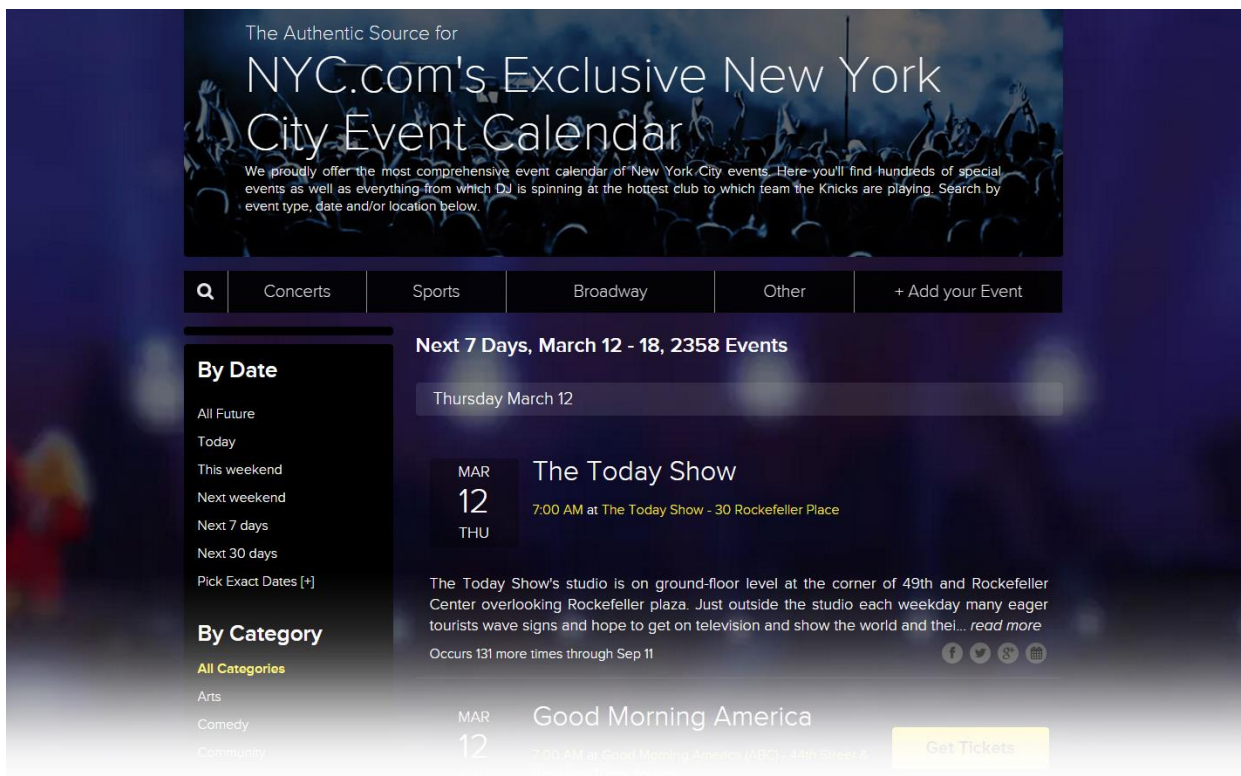
Då man besöker Fredrikshamns mobilsida så märker man inte en så stor skillnad i jämförelse med webbsidan. Menyn har ändrats så att den är som en knapp du kan trycka på för att sedan komma vidare till själva menyn. Menyn fungerar dessvärre inte som den skall göra, då den slutar fungera om man klickat ner den en gång så är man tvungen att uppdatera sidan för att den skall fungera igen. Möjligheten att lägga till egna evenemang verkar inte vara möjligt direkt från sidan, men de har kontaktuppgifter för stadens "Turistinfo" dit man kan ringa ifall man är intresserad av att höra mera om något evenemang eller sevärdhet och möjligtvis kan man även meddelade om egna evenemang den vägen. (Se figur 11)



Figur 11. Fredrikshamns evenemangskalender i mobiltelefonen. (Haminan kaupunki, 2015)

Själva kalendern för händelsekalendern har flyttats under själva listan vilket kan vara en dålig sak om man vill ha snabb åtkomst till ett visst datum. Då man öppnar ett specifikt evenemang i mobilen, så öppnas det på ett liknande sätt som i datorn, där detaljerad info om evenemanget finns med plats, tid och eventuella kostnader. Marginalerna på mobilsidan är även lite onödigt stora vilket skulle kunna ge utrymme för mera text per rad om de vore lite mindre. Det positiva med mobilversionen är att den inte skiljer sig så mycket från den versionen som visas i datorn, och gör användandet av kalendern enkelt om man sedan tidigare är bekant med datorversionen.

4.4 New York, USA

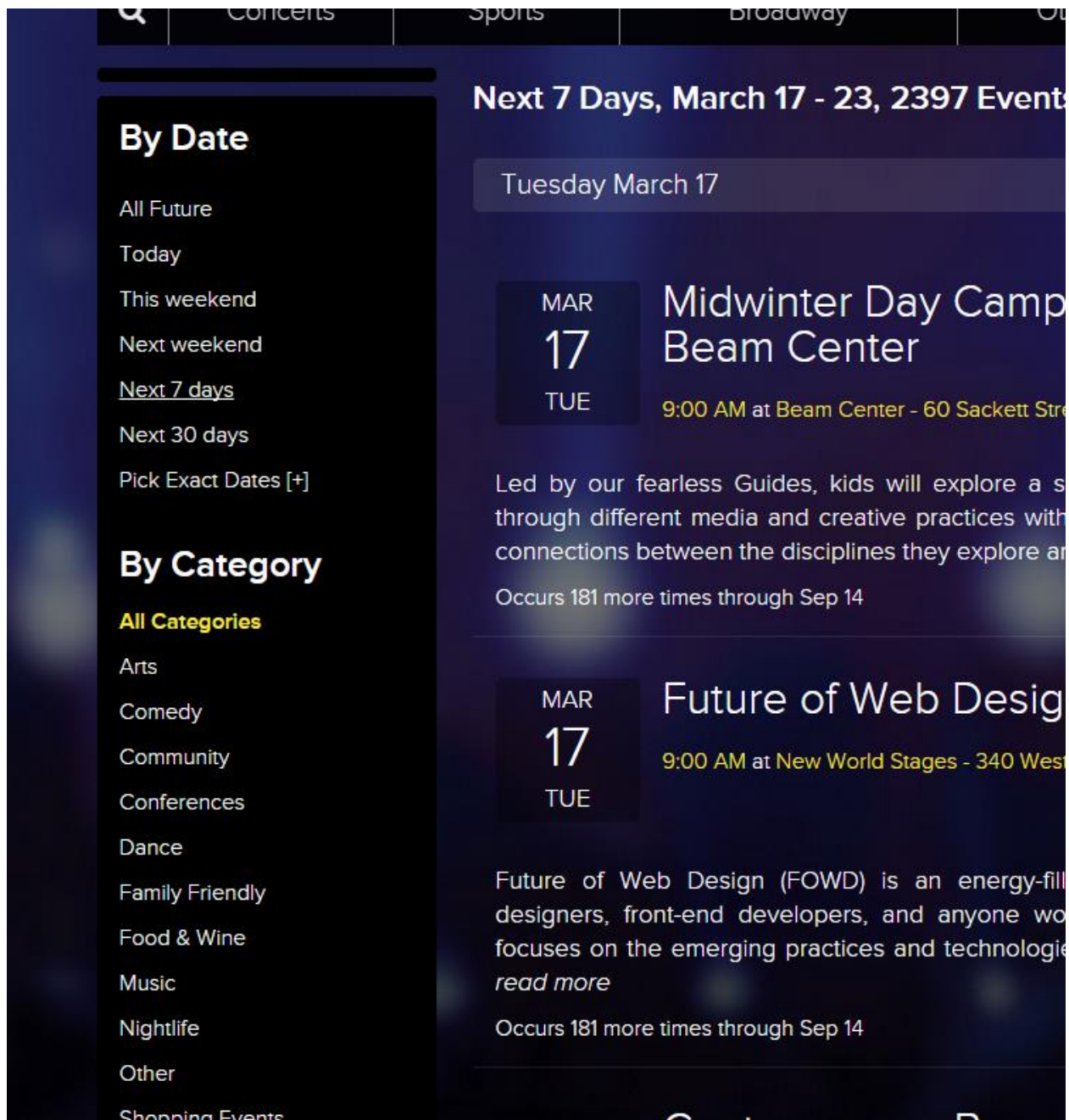


Figur 12. Överblick på New Yorks evenemangskalender. (NYC, 2015)

Då man kommer in på New Yorks sida så möts man av många olika händelser som är kategoriserade och till vänster finns en biljett kalender. Menyn består av många olika kategorier som t.ex. sport, hotell, restauranger och shopping. Om man klickar på knappen “more” som finns längst till vänster i menyn så får man upp en undermeny där det finns en knapp som består av texten “event calendar” dvs. evenemangs kalender.

Då du klickar på knappen så blir du skickad till New Yorks evenemangskalender som visar upp en lista över alla kommande evenemang sorterade enligt datum. Varje evenemang i listan har en kort beskrivning, datum, tid, plats, namn på evenemanget, sociala ikoner och ett antal för hur många gånger evenemanget upprepas fram till ett visst datum. Vissa evenemang har även en knapp som skickar dig vidare för att köpa biljetter, dvs. en “buy tickets” knapp. De ikoner för sociala medier som är inkluderade i varje evenemang är Facebook, Twitter, Google plus och en ikon som ger dig möjligheten att lägga till evenemanget i Google calendar, Yahoo

calendar, iCal och Outlook. Du kan dela evenemanget genom att klicka på någon av ikonerna eller också kopiera evenemangets adress efter att du klickat på det. (Se figur 12)



Figur 13. Några av filtreringsalternativen på New Yorks evenemangskalender. (NYC, 2015)

Till vänster finns en ruta som erbjuder filtreringsmöjligheter. I rutan finns även sorteringsmöjligheter som t.ex. dagens händelser, veckoslutshändelser, de följande sju dagarnas händelser och ett alternativ där du kan välja ut start och slutdatum för att visa evenemang under en utvald tid.

Nedan om tidssorteringsalternativen finns en lista med olika kategorier som t.ex. komedi, dans, musik, sport, teater, shopping och nattliv.

Eftersom New York är en stor stad så har man valt att lägga till filtreringsalternativen för stadsdelar under kategorierna. Detta kan underlätta individer som bor i en viss stadsdel i New York och kanske endast vill se evenemang som sker i den stadsdel man bor i. (Se figur 13)

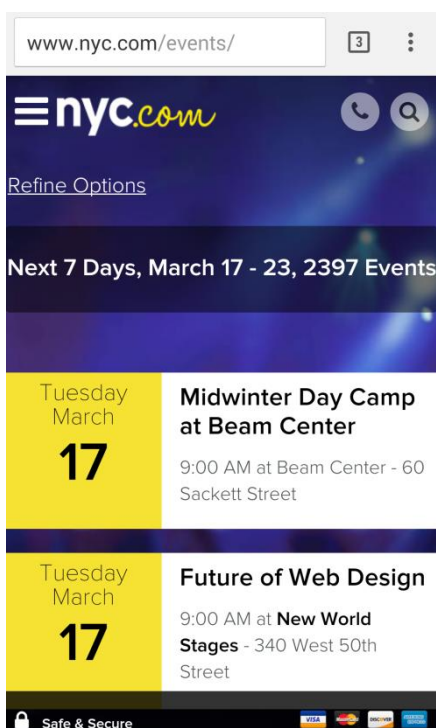


Figur 14. Sidan för enskilt evenemang på New Yorks evenemangskalender. (NYC, 2015)

Då man klickar på ett evenemang så laddas en ny sida med en ny adress och möts av en beskrivning av evenemanget. Till vänster finns en ruta med plats, ort, datum, kategori och en lista på de gånger som evenemanget upprepas. Ovanför texten för evenemanget finns en meny som består av knapparna “Profile” profil, “Schedule” schema, “Neighborhood” omgivningar, “Map” karta (Se figur 14). Profil knappen visar den första sidan då du klickar på ett evenemang, schema knappen visar de följande gångerna som evenemanget upprepas samt pris för enskild gång, omgivningar knappen visar ställen som finns i närheten och under karta knappen finns en karta på var evenemanget sker.

Då du besöker sidan via en mobiltelefon så möts du av en stor förändring (Se figur 15). Menyn är gjord som en knapp där du får upp menyalternativ genom att trycka på knappen. Vid sidan om sökknappen uppe i högra hörnet har det kommit till en knapp som du kan klicka på om du vill ringa för att få support. Evenemangslistan kommer fortfarande som en löpande lista som fortsätter neråt medan sidobalken har tagits bort och gjorts som en knapp ovanför listan som beskrivs som "Refine Options". Under knappen "Refine Options" kan du använda dig av filtreringsfunktioner.

Då du klickar på ett evenemang i listan för att få detaljerad information om ett evenemang så möts du av en sida där all information kommer på en sida. Evenemangets bild används som bakgrund för menyn och namnet för evenemanget. En egen knapp för karta, webbsida och ring upp har kommit till under texten för evenemanget. Schemasidan för evenemanget kommer under texten och efter det kommer det förslag på liknande evenemang. Längst ner på sidan finns de sociala ikonerna, till skillnad från hur sidan ser ut i datorn så har man lämnat bort ikonerna som ger dig möjligheten att lägga till evenemanget i Google calendar, Yahoo calendar, iCal och Outlook.



Figur 15. New Yorks evenemangskalender i mobiltelefonen. (NYC, 2015)

Sidan har en nedre och övre balk som följer med sidan och kommer fram då man stannar, men då man navigerar så försvinner balkarna så att man inte skall bli störd av dem. Den övre

balken innehåller själva menyknappen, ringupp-ikonen och sökikonen. I den nedre balken finns knappen för biljettköp, ikoner för säker betalning och betalningsalternativ på sidan.

4.5 London, England

London Events Calendar

There's so much happening in London all year round – London's events calendar is always busy! Plan your year ahead and make sure you don't miss out. You can also search by date and find out [what's on during your visit](#).



March 2015 in London



Mother's Day in London
Treat your mum to a special day out in London. 15 Mar



St Patrick's Day
Celebrate Ireland and St Patrick's Day in London! 15-17 Mar



Head of the River Race
Watch London's legendary Head of the River Race. 29 Mar

[More March events in London](#)

April 2015 in London



Easter in London
Easter fun for all the family in London. 3-6 Apr



The Boat Races
Don't miss the popular Oxford and Cambridge Boat Race. 11 Apr



Feast of St George
Celebrate England's national day. 25 Apr



Virgin Money London Marathon
A fun day out whether you're a runner or not!



Tickets, Hotels and Offers



Attraction Tickets
Visit top attractions from £10



Restaurant Deals
Book your table online



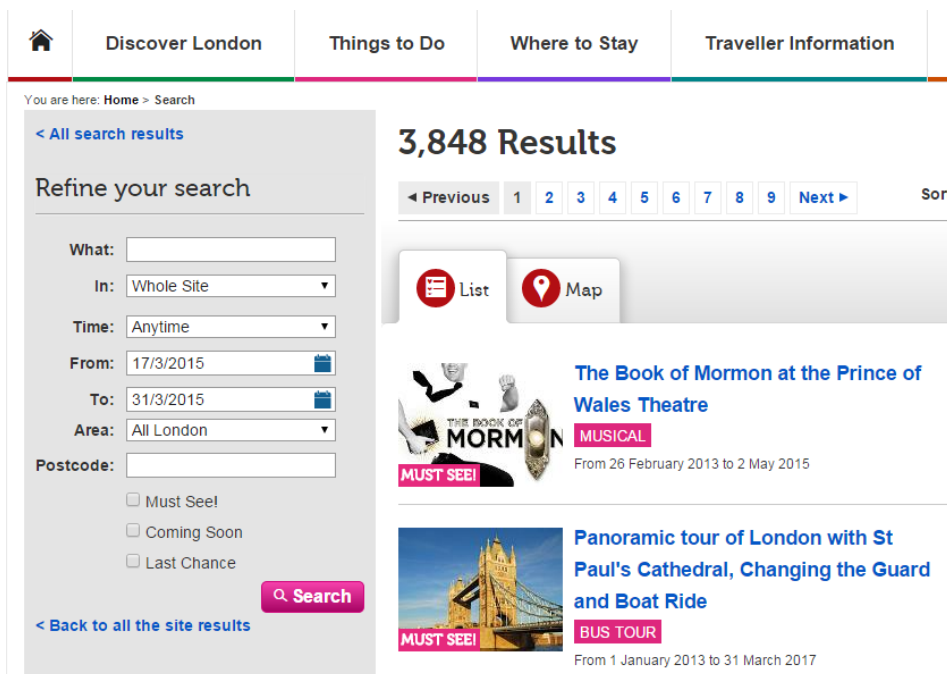
The Lion King
Book your seats now

Figur 16. Överblick på Londons evenemangskalender. (London & Partners, 2015)

London har valt att lista ett fåtal evenemang per månad på första sidan för att ge en snabb överblick över de evenemang som sker den månaden (Se figur 16) och för att man ska enkelt kunna gå igenom varje månad för sig. Dom har också valt att använda små bilder som är relaterade till evenemanget för att pigga upp utseendet och göra kalendern mera tilltalande.

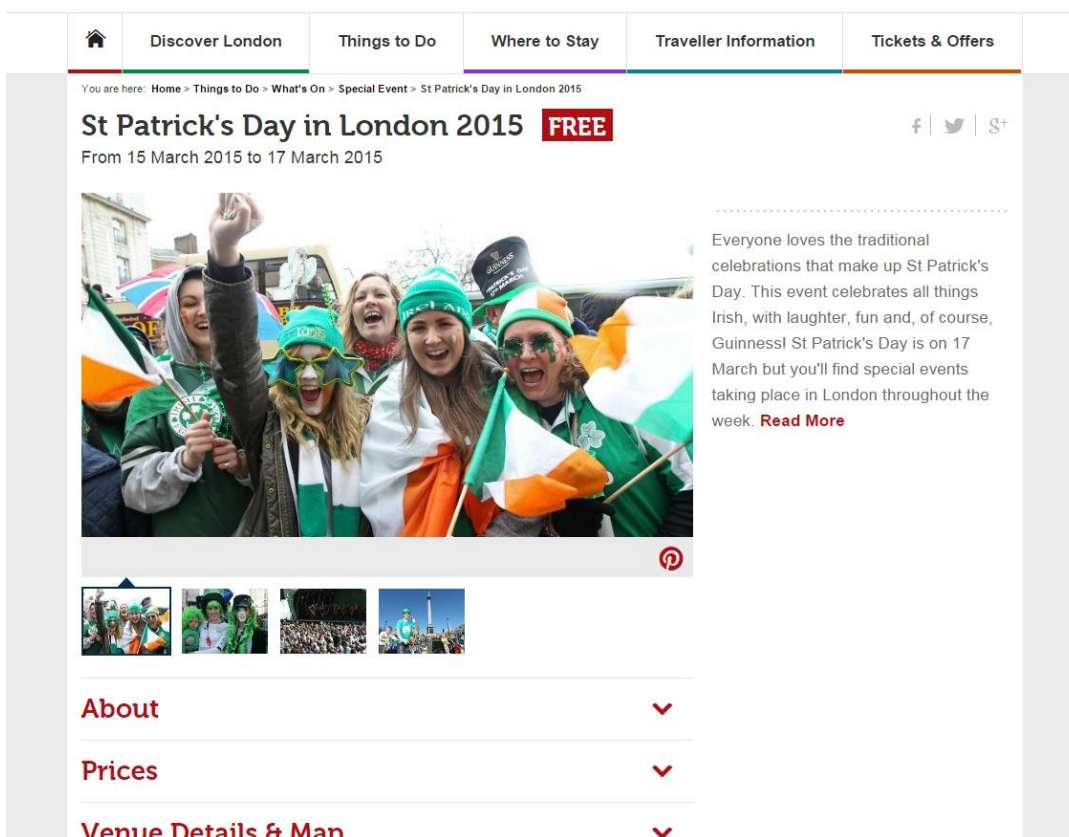
För att söka efter evenemang eller läsa mera om vad det sker en viss månad, så finns det en knapp för att visa mera evenemang för vald månad. På den nya sidan visas evenemang för hela

månaden samt en sökfunktion dyker upp på sidan som gör det möjligt att leta efter ett mera specificerat evenemang, som t.ex. är inom en viss tidsram eller på ett visst ställe i London. Även 17 olika kategorier finns att söka bland, som t.ex. dans, musik. (Se figur 17)



Figur 17. Filtreringsalternativ på Londons evenemangskalender. (London & Partners, 2015)

Alternativ för listtyp då man är inne på en specifik månad är antingen vanlig lista med liten bild för evenemanget eller som karta. Man kan sortera evenemangen i prisordning eller enligt hur populära evenemangen är. I listan finns det viktigaste med vilket är kort info, datum, typ av evenemang samt till skillnad från de nordiska kalendrarna en boka-knapp med pris ovanför om det finns tillgängligt.



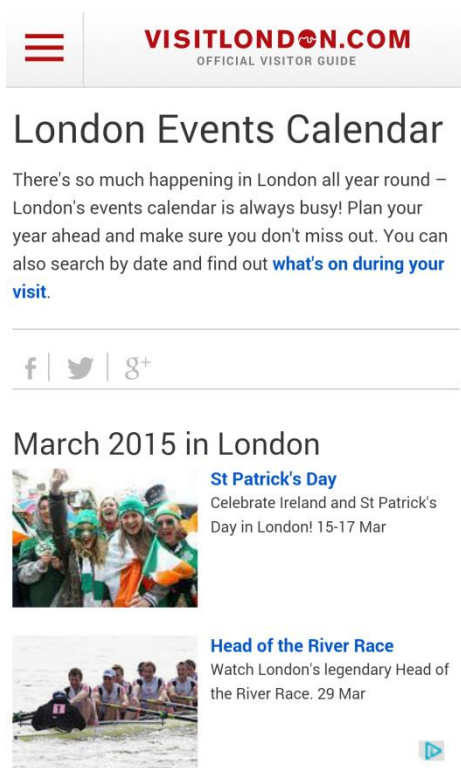
Figur 18. Sidan för enskilt evenemang på Londons evenemangskalender. (London & Partners, 2015)

Då man klickar på ett evenemang så ser man mera detaljerad info om evenemanget, vilket först gömmer sig under en “about”-länk och samma gäller kartan för vart någonstans evenemanget är. De flesta evenemang erbjuder även flera bilder inne på den egna sidan för evenemanget och bokningsknappen finns även här, men med möjlighet att välja datum när man vill boka biljett. Något som saknas bland den detaljerade infon är klockslag för evenemangen. En del har angett det i infotexten men till största delen är det något som saknas för de flesta evenemang vilket är en nackdel. För att dela ett evenemang på sociala medier har de valt att lägga till gråa ikoner på ett otydligt ställe uppe på evenemangets sida, vilket kan vara svårt att se. Evenemangen har även en egen adress vilket möjliggör delning av evenemanget. (Se figur 18)

Grafiskt är sidan rätt så tråkig med mycket vita färger och upplägg som känns stökigt, trots att det inte känns som om det saknas något viktigt. Filtrerandet av kategorier vid en sökning sker inte heller i real-tid men uppdaterandet av sökningen går trots det smidigt.

Några möjligheter för att lägga till egna evenemang på sidan verkar inte finnas, iallafall inte utan registrering på sidan. Detta är något som borde vara tydligt informerat på sidan så man enkelt vet om det krävs konto eller om det helt enkelt inte är möjligt.

Då man besöker den mobila version av Londons evenemangskalender (Se figur 19) så stöter man på den bekanta menyknappen som används i de tidigare kalendrarnas mobilversioner. Under denna knapp har man b.l.a. språkval som det finns sex olika alternativ att välja mellan. Menyn ser utseendemässigt riktigt fin och tydlig ut på mobilversionen och det finns även ett direkt sökfält inbäddat i den.



Figur 19. Londons evenemangskalender i mobiltelefon. (London & Partners, 2015)

Huvudlistan för evenemangen är precis likadan som i datorns webbläsare, men man har istället för två evenemang i bredd valt att ha endast ett. Till utseendet ser listan ganska tråkig ut då det används små bilder som är placerade till vänster vilket ger ett stort tomrum på hela högra delen av sidan. Inne på sidan för de enskilda evenemangen ser det även ut som i datorns webbläsare. Här används hela sidans bredd till skillnad från i huvudlistan vilket leder till att det är mycket enklare och trevligare att navigera. Man har inte heller valt att ta bort något

viktigt från denna sida vilket gör den lättnavigerad speciellt om man från tidigare är bekant med sidan via datorns webbläsare.

Största förändringen i den mobila versionen ser man på sidan för evenemang för en viss månad. Där är sökfältet omgjort till en knapp som ger åtkomst till det för att spara på utrymmet och bokningsknappen för biljetter saknas helt men man kommer åt den genom att gå in på evenemangets sida, så det är inte direkt någon nackdel. I övrigt ser sidan ut som på datorn och är även den lättnavigerad och informativ.

4.6 Jämförelse mellan städer

Tabell 1. Funktioner på de evenemangskalendrar som jämförts.

	Stockholm	Helsingfors	Fredrikshamn	New York	London
Kategorier	✓	✓	✗	✓	✓
Sökfunktion	✓	✓	✓	✓	✓
Share-funktion	✓	✓	✗	✓	✓
Direkt biljettköp	✗	✗	✗	✓	✓
Evenemangskarta	✓	✓	✗	✓	✓
Lägga till egna evenemang	✗	✗	✗	✓	✗
Sorteringsalternativ	✗	✗	✗	✓	✓
Språkalternativ	✓	✓	✓	✗	✓
Responsiv	✓	✓	✓	✓	✓
Mobilmeny	✓	✗	✓	✓	✓

Det man kan konstatera när man jämför evenemangskalendrarna med varandra är att de större städerna, som t.ex. Stockholm och Helsingfors har satsat på ett modernt och fräscht utseende

med undantag för Londons kalender som valt ett enklare utseende men ändå funktionellt och lättanvänt. Uppbyggnaden av Stockholms och Helsingfors kalender består även av mycket bilder som beskriver evenemangen medan mindre städer som t.ex. Fredrikshamn har simplare och en kanske mer användarvänlig variant för äldre besökare då det inte finns några bilder i listan eller den detaljerade beskrivningen av evenemangen.

Samtliga sidor som har jämförts har valt samma information i den huvudsakliga listan. Det viktigaste som rubriken på evenemanget samt datum. En mer specifik plats hade kanske kunnat finnas med i listan för de större städerna om det var något man ännu hade önskat sig.

Om man önskar att leta efter evenemang för ett visst datum så blir det svårt med Stockholms evenemangskalender som valt att lista ut alla evenemang i datumordning men lämnat bort funktionen datumsökning i kalendern. Detta har Helsingfors och Fredrikshamn till skillnad från Stockholm implementerat så sökandet av specifikt datum är möjligt.

Filtreringsmöjligheter och kategorier har Stockholm ett bra urval med till skillnad från Fredrikshamn som är en mindre stad och har sämre filtreringsalternativ. I Helsingfors evenemangskalender har man möjlighet att söka med filtrering och detta sker som i Stockholms kalender i real-tid.

Trots att London och New York är mycket större turiststäder än de övriga städerna som tagits upp så har de inte kanske de bästa kalendrarna funktionsmässigt eller utseendemässigt för det. London till skillnad från samtliga andra saknade viktig information som t.ex. klockslag för evenemang och hade ett simpelt utseende jämfört med Helsingfors, New York och Stockholms kalender. Användarvänligheten var högre på Londons kalender tack vare det enkla utseendet och navigerandet och sökandet av evenemang gick smidigare än på t.ex. Helsingfors kalender där man hade svårt att hitta vissa funktioner.

Om man jämför New York med de andra städerna så är det som en hopplagd version av dem med de praktiska funktioner som behövs för att få en fungerande kalender för en storstad som New York. Till skillnad från Helsingfors och Stockholm har New York inte satsat på en grafisk kalender då deras hemsida i övrigt är väldigt grafisk i sig. Bakgrunderna kan vara

något stickande för ögonen och med de mörka färgerna de valt att använda är det även risk för att ge ett tråkigt intryck.

Det finns både fördelar och nackdelar med en kalender med bildupplägg som Stockholm och Helsingfors. Till fördelarna hör det fräscha upplägget man kan göra möjligt med hjälp av professionella bilder som är relaterade till de evenemang och händelser som de representerar. Till nackdelarna hör bl.a att risken för brist på bildmaterial alltid finns och man då är tvungen att använda någon typ av standard-bild vilket enkelt förstör det moderna och fräscha utseende man strävar efter med hjälp av bilderna. En funktionsmässig jämförelse mellan kalendrarna kan ses i tabell 1.

5. Intervjuer

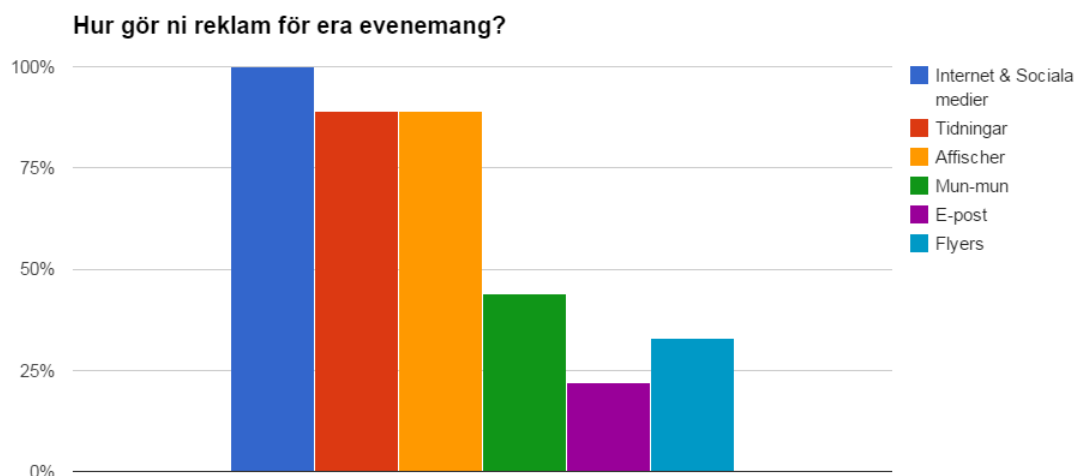
Målet med intervjuerna är att bygga upp en bild på behoven för den lokala evenemangskalendern och analysera bl.a. vad evenemangsbesökare i Raseborg använder sig av för metoder för att ta reda på och dela med sig av evenemang.

Även intervjuer av evenemangsarrangörer har gjorts för att få en bättre inblick i vilka metoder de använder sig av för att marknadsföra sina evenemang, för att kunna planera ett så bra system som möjligt på basis av de behov som finns hos besökare samt arrangörer.

5.1 Intervjuanalys av evenemangsarrangörer

Evenemangsarrangörerna gör för det mesta reklam genom sociala medier nuförtiden (Se figur 20), de mest använda sociala medierna är Facebook, Instagram och Twitter. Traditionell marknadsföring som reklam i tidningar och affischer är fortfarande också ett populärt sätt att göra reklam på. Många arrangörer gör reklam på nätet genom att ha en webbsida eller genom att dela en länk för evenemanget.

Här i Raseborg fungerar det bra att använda sig av direkt marknadsföring dvs. man berättar vidare för alla bekanta om evenemanget och så sprids informationen automatiskt. Statistiken är baserad på hämtat data enligt bilaga 1.



Figur 20. Statistik över metoder evenemangsarrangörer använder då de gör reklam för sina evenemang.

De arrangörer som arrangerar större evenemang har valt att anlita någon andra hand för att göra reklamen helt eller delvis för evenemanget. Största delen av arrangörerna anlitar en andra hand för att få hjälp med grafik, layout eller trycktjänster. För de mesta försöker arrangörerna i Raseborg göra sin reklam själva för att komma undan med så minimala kostnader som möjligt.

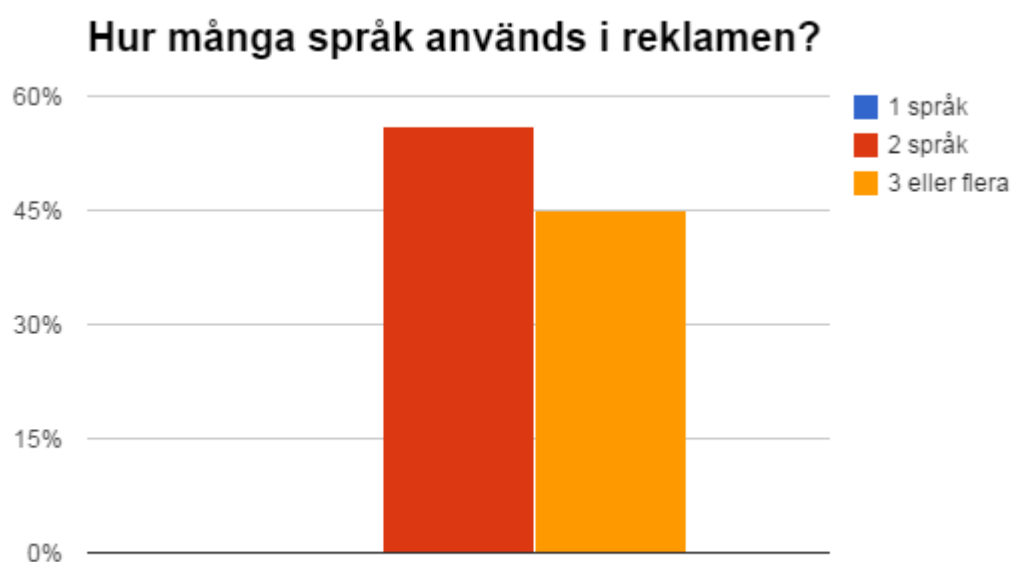
De flesta evenemang riktar sig till alla åldersgrupper. Men det finns även evenemang som riktar sig till specifika åldrar som t.ex. evenemang för ungdomar som ordnas av staden.

För de evenemang som ordnas i Raseborg så görs den största delen av reklam inom Raseborg men även i andra inrikes städer. De riktigt stora evenemangen marknadsför sig även utomlands.

De språk som oftast används i reklamen är svenska och finska (Se figur 22) men även i vissa fall används engelska (Se figur 21), t.ex. för evenemang som finns på Facebook och riktar sig till studerande.



Figur 21. Statistik över de språk som används av evenemangsarrangörer i reklamen.



Figur 22. Statistik över antalet språk evenemangsarrangörer använder sig av i reklamen.

Kort handling, datum, tid och plats är information som alltid bör finnas med då man gör reklam för ett evenemang oberoende om de är ett stort eller ett mindre evenemang. Beroende

på om det är ett evenemang som kostar så bör det också finnas med ett pris i reklamen om vad det kostar att delta. Större evenemang som har sponsorer brukar också sätta med sponsorerna i reklamen. Åldersgräns skrivs också med i reklamen om det är ett evenemang som t.ex. inte lämpar sig för barn.

Eftersom de flesta arrangörer strävar till att hålla kostnaderna så minimala som möjligt så är det många som använder sig av betalda annonser på nätet. Facebook erbjuder däremot förmånlig annonsering som en del av arrangörerna har prövat på.

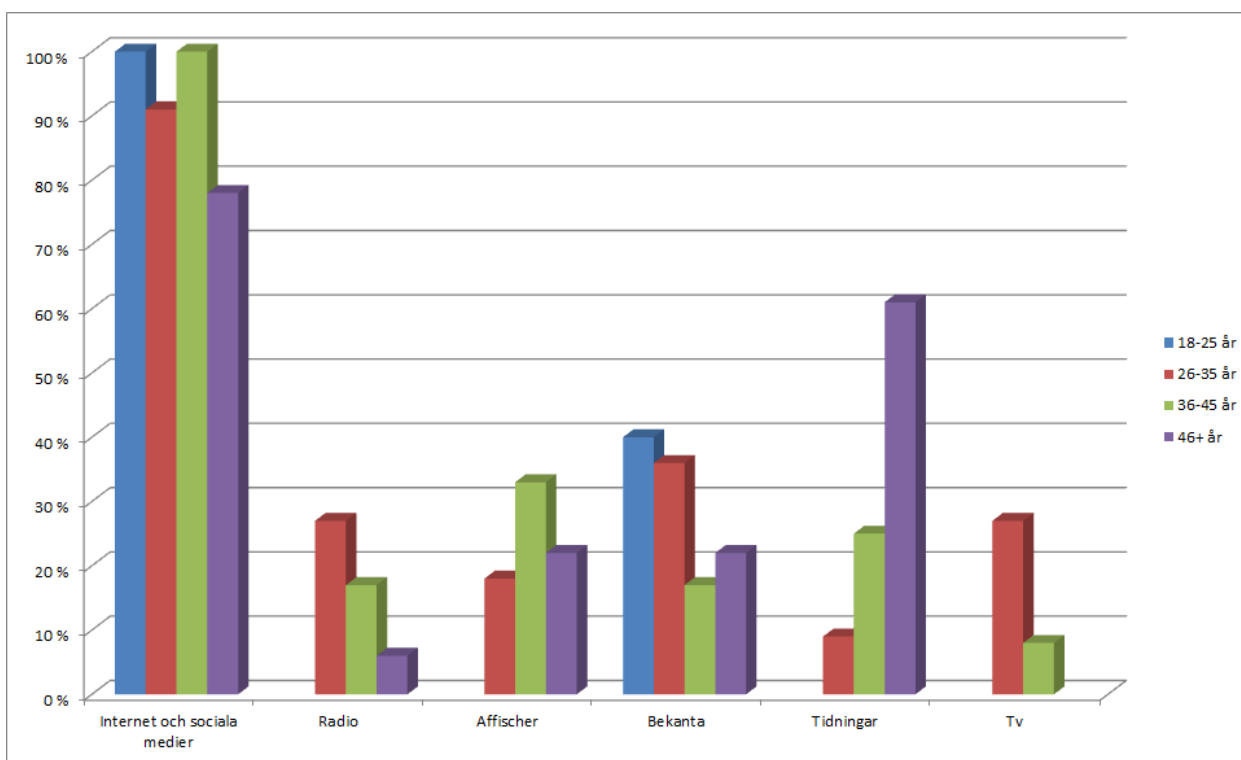
Bildmaterial anses vara viktigt för samtliga evenemangsarrangörer då de oftast används på sociala medier för att locka nya besökare till evenemangen.

Beroende på typen av evenemang så görs reklamen allt från en vecka fram till flera månader i förväg. Oftast om det är ett större evenemang så görs reklamen i ett tidigare skede. Analysen över evenemangsarrangörer gjordes på basis av av nio stycken intervjuer. (Se bilaga 1)

5.2 Intervjuanalys av evenemangsbesökare

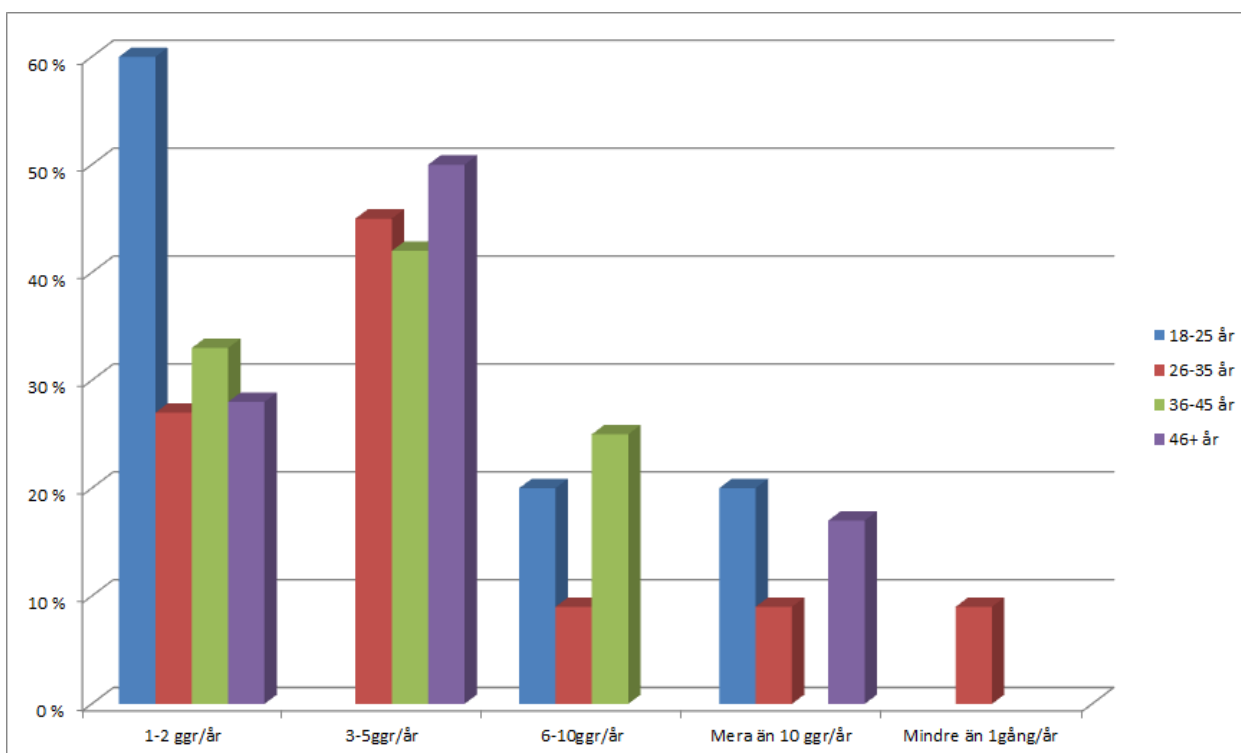
Man kan konstatera att i alla åldersgrupper så är det mest vanliga sättet att få reda på evenemang via internet och sociala medier. Bland de äldre besökarna är det fortfarande vanligt den traditionella vägen, via tidningen. (Se figur 23)

Bland de yngre är det även vanligt att via mun-mun dela med sig av evenemang. Via TV och radio är det sällan nuförtiden någon som får reda på ett evenemang då de oftast redan läst om det på nätet och sociala medier.



Figur 23. Statistik över hur evenemangsbesökare får reda på evenemang.

Med tanke på det låga antal svar som samlats in inom åldersgruppen 18-25 år måste man ta det i beaktande att resultatet enligt diagrammet kanske inte är så verklighetstroget. Oftast är det 3-5 gånger per år som samtliga åldersgrupper besöker evenemang. (Se figur 24)



Figur 24. Statistik över hur ofta olika åldersgrupper besöker olika typer av evenemang.

Den information som besökare anser vara viktig att finnas med i reklamen är datum och tid samt eventuellt pris. Plats där evenemanget hålls är även något som måste finnas med. Även övrig information som t.ex. vad som händer på evenemanget, a-rättigheter och åldersgräns är viktigt.

Om det handlar om ett musikevenemang kan det även vara bra att skriva vilket förband som uppträder samt hur länge evenemanget förväntas pågå.

Största delen av besökarna köper helst sina biljetter till evenemang via nätet om det är möjligt, men en stor del av besökarna köper också sina biljetter ifrån någon kiosk eller butik. En del föredrar fortfarande att köpa sina biljetter på plats vid evenemanget.

De vanligaste typerna av evenemang som besöks är olika typer av musikevenemang, teater och olika mässor. Bland de äldre är det vanligare med kulturevenemang och teater medan de yngre föredrar olika musikevenemang samt festevenemang.

Det mest populära sättet att rekommendera eller sprida information för något evenemang är fortfarande den traditionella metoden via mun till mun. Via telefon är även fortfarande i topp bland de vanligaste sätten med sociala medier tätt efter. Även delandet av evenemang direkt via "Share"-knapp på sociala medier har blivit vanligare men eftersom inte alla evenemangsarrangörer börjat använda sociala medier ännu så är det inte så högt antal här i Raseborgs-området.

Besökare önskar sig såklart mera gratisevenemang medan de annars är ganska uppdelat enligt intresse av evenemangstyper. En stor del är nöjd över vad man har för utbud på evenemang i Raseborg. Några exempel på evenemang som skulle intressera är bl.a. vinterevenemang, loppmarknader, kulturevenemang och standup-evenemang. Analysen över evenemangsbesökare gjordes på basen av 45 stycken intervjuer via Google Forms enligt bilaga 3.

6. Behoven för Raseborg

Raseborg behöver en snygg och lättanvänd webbaserad evenemangskalender som får arrangörer intresserade av att använda den för att göra reklam för sina evenemang.

Evenemangskalendern skall också ha ett modernt utseende som lockar besökare och som får användarna att återvända till sidan då de söker evenemang. Målet är även att få samtliga arrangörer inom Raseborg att använda sig av samma kalendersystem för evenemangen så de inte blir utspridda och svåra att hitta.

Det skall även vara möjligt att enkelt lägga till nya evenemang, d.v.s. även för små evenemang som t.ex. loppmarknader och mindre evenemang för barn. På basis av analysen för evenemangsarrangörer och evenemangsbesökare så kan man konstatera att Raseborg inte skall ha allt för många olika kategorier eftersom de finns så många olika små evenemang som skulle orsaka till att vissa evenemang kan bli rätt så osynliga i evenemangskalendern.

I analysen så kom det fram att en stor del av befolkningen i Raseborg använder Facebook och andra sociala medier. Eftersom sociala medier också är populära i Raseborg så kan det konstateras att en tydlig delningsmöjlighet vid enskilda evenemang skulle vara mycket lönsamt för marknadsföring och rekommendationer i Raseborg.

Språkbehoven för Raseborg är främst finska och svenska men eftersom det även finns en hel del studerande och turister som pratar engelska så är även det viktigt att ta i beaktande. Eftersom surfplattor och smarttelefoner är allt mer vanligt idag, så är det även viktigt att göra ett kalendersystem som är anpassat för det.

Eftersom de flesta biljetter köps lokalt inom Raseborg så är behovet för biljettköp via kalendersystemet inte nödvändigt, men information om vart ifrån biljetter kan köpas bör ändå finnas med i beskrivningen.

7. Byggstenarna för ett bra kalendersystem

Då man planerar en webbaserad evenemangskalender så är det viktigt att man får med alla de viktigaste byggstenarna. Det är viktigt att man placerar dem rätt så att de blir synliga som sedan underlättar användandet av evenemangskalendern.

7.1 Evenemangstyper

Det finns många olika evenemangstyper som man bör ta i beaktande då man planerar en evenemangskalender. Det finns evenemang som upprepas och återkommer flera gånger i veckan eller månaden, detta är bra att skriva ut på evenemanget sida.

För evenemangsarrangörerna skall det också vara lätt att lägga till ett nytt evenemang vilket betyder att man inte kan ha allt för många olika kategorier att välja mellan då man lägger till ett nytt evenemang. Evenemangsarrangörerna vill att evenemang de lägger till skall vara så synliga som möjligt så att de kan marknadsföra sina evenemang så effektivt som möjligt.

7.2 Innehåll

I ett evenemangssystem är det viktigt att få med det mest kritiska och relevanta info som hör till evenemangen samt funktioner som gör systemet lättanvänt för användare i alla åldrar. En kategorifiltrering med ett antal av de mest vanliga och populära ämnen underlättar sökandet för användaren. En sökfunktion där man med fri text kan söka kan även vara bra om det finns många evenemang.

Själva listan där evenemangen presenteras i kort överblick på första sidan är även en viktig del och måste därför planeras så de kommer i ordning enligt datum och är listade på ett sätt så de är lätta att navigera mellan. Ett bra alternativ för detta är då man placerar exempelvis 30-40 evenemang på första sidan och nedtill har en knapp som gör det möjligt att läsa in flera evenemang utan att behöva uppdatera sidan.

Den viktigaste informationen om evenemangen måste även synas utan att behöva gå in på detaljerad info gällande evenemangen för att undvika sidbyten för användare och underlätta

navigerandet. Det som anses vara viktig info är evenemangsnamn och datum. Eftersom det evenemangssystem som planeras gäller Raseborg så är det även viktigt att det finns olika språkalternativ som finska, svenska och möjligtvis engelska.

För detaljerad info om ett evenemang skulle det vara bra med en pop-up eller dropdown för att undvika att ladda in ny sida. Här skulle det då finnas mer detaljerad infotext om vad det är för evenemang och även möjlighet att se på karta vart exakt det sker och vem som är ansvarig för evenemanget. Även här är det viktigt att det står eventuella kostnader för att besöka evenemanget samt övrig info som kontaktuppgifter och hemsida för evenemanget.

Man bör även ta i beaktande att det finns evenemang som det kostar att besöka samt gratisevenemang. För de evenemang som kostar att besöka bör man tänka på att kanske behöver någon länk till biljettköp.

7.3 Kategorier

Det finns också många olika kategorier av evenemang som man måste begränsa på något sätt. Att ha för många olika kategorier gör det svårt för besökaren att hitta ett visst evenemang de letar efter. Evenemang kan också bli ganska osynliga om man delar upp kategorierna i för många delar.

De viktigaste kategorierna som bör vara med i Raseborgs evenemangskalender är sport, kultur, nöje, musik, nattliv, mat, utställningar, familj, festival och övrigt. Dessa är utvalda på basis av analyserna av evenemangsbesökare samt arrangörer.

Det skall även vara möjligt att lägga in taggar ifall det inte känns tillräckligt med kategoriseringen för att kunna beskriva evenemanget så bra som möjligt och göra det enklare att söka efter.

7.4 Sociala medier

Sociala medier är mycket populära källor idag. Detta innebär att det oftast finns med ikoner för sociala medier i evenemang som ger dig möjligheten att dela eller rekommendera evenemang för dina vänner.

Om man väljer att inte lägga till ikoner för sociala medier som möjliggör delning eller rekommendationer så är det iallafall bra att se till att alla evenemang får en egen adress vilket gör det möjligt att dela eller lägga ut adressen på b.l.a sociala medier, forum eller skicka adressen som e-post. De viktigaste sociala medierna som bör vara med är Facebook, Twitter och Google+.

7.5 Grafiska element

Till den största delen av de grafiska element som evenemangskalendern kommer att bestå av är evenemangsbilder. Eftersom evenemangskalendern är uppbyggd främst bestående av bilder så är det viktigt att ha bra bildmaterial för evenemangen. Eftersom alla tyvärr inte har bra bildmaterial så måste man ha en bra standardbild för de evenemang som inte har bildmaterial, vilket i sig kräver att varje kategori har en egen standardbild. Bilden skall passa in i evenemangskalendern och får inte se tråkig ut bland allt annat bildmaterial. De bilder som läggs till i evenemangskalendern bör vara beskrivande bilder för själva evenemanget.

Fälten för kategorifiltrering, datumfiltrering och val av listningstyp skall även passa in i det moderna utseendet på sidan och vara direkt synligt för användaren för att göra navigerandet enkelt.

Överst på webbsidan för evenemangskalendern kommer det en menybalk för själva webbsidan där val av språk tydligt placeras. Här kan även alternativa knappar som t.ex. info om evenemangskalendern läggas in.

Då man går in på ett enskilt evenemang så skall evenemanget öppnas som en popup eller dropdown för att undvika omladdning av sidan. På sidan för ett enskilt evenemang skall det finnas med en rubrik överst med en beskrivning om evenemanget undertill. Vid sidan om evenemangsinformationen skall det finnas en karta för var evenemanget sker om arrangören

lagt in plats samt tid och eventuella upprepande tider. Det skall också finnas med en kategoribeskrivning och evenemangskostnader samt länk till biljettköp vid sidan om evenemangsbeskrivningen.

7.6 Grafiskt upplägg av evenemangskalendern

Baserat på analyserna av arrangörerna och besökarna samt analyseringarna av andra evenemangskalendrar har man kommit fram till att Raseborgs evenemangskalender skulle kunna vara uppbyggd enligt bilden (Se figur 25).



Figur 25. Grafiskt upplägg för evenemangskalendern

För att göra navigerandet enkelt på sidan så har de användarvänliga funktionerna från de evenemangskalendrar som diskuterats sammanställts och förbättrat det som varit bristfälligt för användandet av evenemangskalendern, för att täcka de användarbehov som finns i Raseborg.

Eftersom webbsidans meny inte är ett element som spelar en huvudroll i evenemangskalendern så får den inte ta upp onödigt mycket utrymme på sidan då man navigerar i evenemangskalendern. Språkvals-knapparna bör även vara synliga så besökare som pratar annat språk enkelt kan byta till eget språk utan att behöva söka var man gör det.

Kategorifiltreringsbalken bör även vara synlig då man kommer in på sidan så man genast kan filtrera evenemangen enligt eget behov. I samma balk kommer även alternativ för listningstyp ifall man föredrar att visa evenemangen som lista. Kategoribalken skall även gå att dölja så den inte tar upp onödigt med utrymme då man är färdig med filtreringen och vill navigera ner igenom de evenemang som finns på sidan.

Bilderna skall vara tillräckligt stora så att man kan få en bra överblick för vad evenemangen handlar om då man ser bilderna. En passlig storlek är fem bilder i bredd för evenemangskalendern i en datorskräms upplösning. Bilderna skall också innehålla en titel samt datum för evenemangen.

Då man navigerar ner och ett visst antal evenemang har visats så finns det en knapp längst ner på sidan som ger dig möjligheten att läsa in flera evenemang om evenemangskalendern innehåller flera än 30-40 evenemang för tillfället. Detta skall ske utan att sidan behöver laddas om.

Ett grafiskt alternativ har skapats för Raseborgs evenemangskalender (se figur 26) som man har använt sig av bl.a. Raseborgs färger. En karta har skapats i mitten av kategorifältet där man kan välja vilket område man söker evenemang i. Till vänster om kartan kan man se alla kategoriknappar som har fått ett färgutseende. Längst till höger i kategorifältet finns det två ikoner som står för visningssättet av evenemangskalendern. Ikonen högst upp till höger ger alternativet att visa evenemangen som lista medan ikonen nedanför ger alternativet att visa evenemangen som bilder. I detta grafiska upplägg visas evenemangen som bilder vilket är det mest populära utseendet nuförtiden. Nedanför kategorifältet finns en knapp som ger möjligheten att dölja hela kategorifältet då man har filtrerat klart och vill navigera i evenemangskalendern.

Då man väljer att visa evenemangskalendern som bilder så får varje bild en titel högst upp på bilden och ett datum längst ner på bilden. Om evenemangsarrangörerna har valt att inte lägga till någon bild för evenemangen så kommer det automatiskt att genereras en ikon med tillhörande färg som hör till kategorin. Man kan i denna skiss se kategori-ikoner samt tillhörande färger för musik, familj, kultur sport och mat.



Figur 26. Grafiskt alternativ för evenemangskalendern

8. Responsivitet

Att ha en responsiv webbsida är mycket viktigt nuförtiden eftersom alla använder sig av olika skärmupplösningar. Skärmupplösningarna är oftast olika då man använder olika enheter som t.ex. surfplattor och smarttelefoner. En enhet med mindre upplösning har inte lika mycket bredd i skärmen att utnyttja som en skärm med högre upplösning. Detta kan orsaka att när man bygger en mobil webbsida så kan man bli tvungen att förminska saker, lägga till dem under en knapp eller flytta dem under eller ovanför något annat element. Vid byggandet av mera avancerade webbsidor så väljer man att ta bort vissa funktioner för lägre upplösningar av sidan, som t.ex. funktioner som webbutik då de inte alltid fungerar optimalt i mobiltelefonen.

8.1 Mobil



BILD



Figur 27. Grafiskt upplägg för mobilversionen av evenemangskalendern

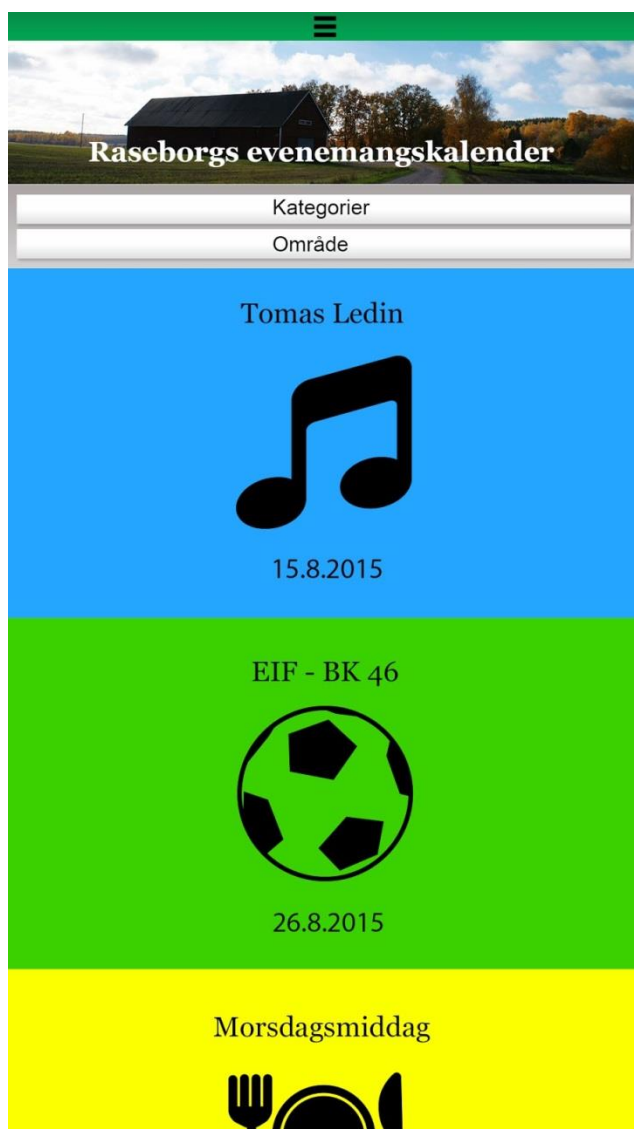
För att göra navigerandet enkelt på mobiltelefonen så har webbsidans meny flyttats under en knapp (Se figur 27) som man måste trycka på för att få upp alla de alternativ inklusive språkval som man också får upp i den fullständiga versionen av webbsidan.

I den mobila versionen så har alla kategorier flyttats under en kategoriknapp och genom att trycka på den får man upp alla kategorier som också finns på den fullständiga versionen av evenemangskalendern.

Listningssätt för evenemangskalendern har begränsats till bilder för att hålla den mobila versionen så tydlig och användarvänlig som möjligt. Bilderna placeras under varandra för att undvika att användaren skall behöva navigera i sidled på webbsidan. Då man navigerar ner så skall flera evenemang automatiskt visas utan att man behöver använda någon knapp för det.

Under områden i den mobila versionen finns de olika orterna som alternativ istället för en karta som man väljer ifrån. Detta för att göra användandet enklare med tanke på mobiltelefonernas skärmstorlekar.

I den mobila skissen har man valt att lägga till en svart ikon där man kommer åt webbsidans meny då man klickar på den. Här har man också använt sig av Raseborgs gröna färg med en diskret gradient i webbsidans menybalk. Kategorifältet har fått en grå gradient som bakgrund, och kategoriknappen samt knappen för val av område har fått ett grafiskt utseende. Nedanför val av kategorier och område så listas evenemangen upp enskilt för att vara så lättnavigerade som möjligt, och här används även de standardbilder för evenemang som använts för den egentliga webbsidan. (Se figur 28)



Figur 28. Grafiskt alternativ för mobilversionen av evenemangskalendern

8.2 Surfplatta

I en surfplatta ser webbsidan och evenemangskalendern rätt så lika ut som i datorskärmen. Då man har surfplattan i liggläge så kommer den endast att urskilja sig från den fullständiga versionen med att minska på hur många evenemang som syns i bredd. Då surfplattan är i liggläge så visar den fyra evenemang i bredd medan den bara visar tre evenemang i bredd då den är i upprätt läge.

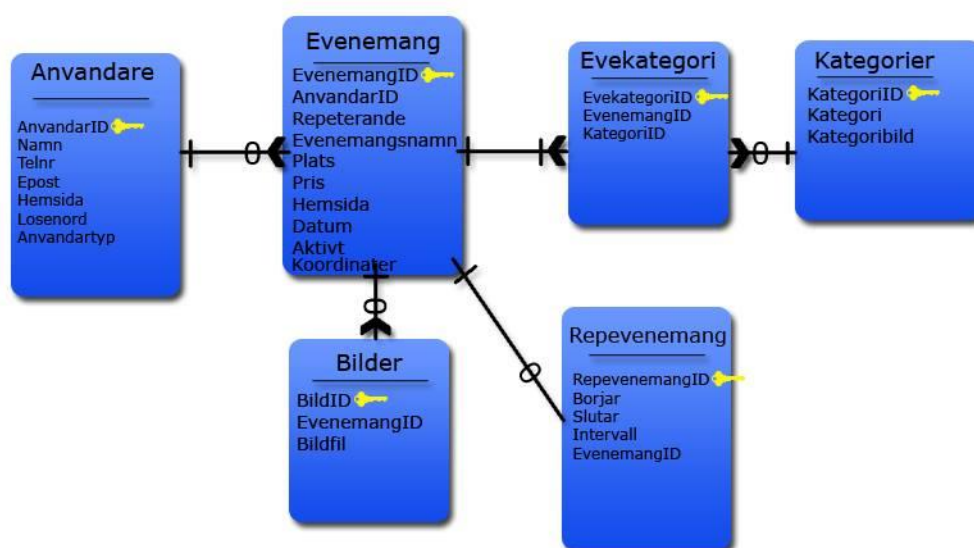
9. Databasstruktur

Utan databasstruktur skulle inte evenemangskalendern fungera. Det är viktigt att man planerar noggrant hur man strukturerar upp databasen eftersom den är en stor del av lagringen och visningen av information som t.ex. listning för evenemang, lägga till evenemang och användare och även redigera användare eller evenemang.

I en databas finns tabeller som ofta är relaterade till varandra. Varje tabell innehåller en primärnyckel som alltid skall ha ett unikt värde. I tabellerna skapas kolumner som får olika värden enligt vad man behöver dem till. Man kan själv bestämma vilka kolumner som skall höra till den primära nyckeln.

För att man skall kunna visa information från en databas på en webbsida så måste man använda sig av PHP- kod för att komma åt databasen.

(Computer Kunskap, 2015)



Figur 29. Överblick på exempel av databas.

I den exempeldatabas som gjorts upp enligt figur 29 så har man valt att ha en tabell för användare där registrerade användares uppgifter sparas som t.ex. namn, användartyp (administratör/arrangör) och lösenord. Primärnyckeln för denna tabell är AnvandarID, där varje ny användare får ett unikt ID då det skapas.

Under evenemang finns tabellens primärnyckel EvenemangID där varje evenemang på sidan som skapas får ett stigande unikt ID för att det skall vara möjligt att leta och relatera till det evenemanget. Här finns även sekundärnyckeln AnvandarID som ursprungligen är primärnyckel i tabellen för användare. Orsaken att denna finns med är för att kunna koppla ett evenemang till en användare som finns registrerat i databasen. Enligt figur 29 är det även bestämt att en användare kan ha många evenemang men ett evenemang endast kan ha en användare/arrangör.

Även för de kategorier som finns på sidan så måste en tabell finnas. Här lagras de kategorier som finns och även de kategoribilder som används. Primärnyckeln för denna tabell är KategoriID som är som de andra primärnycklarna unika med ett stigande ID. För att kategorierna skall fungera tillsammans med evenemangen i databasen finns det även en tabell för att koppla dem ihop. Denna har valts att döpas till Evekategori där primärnyckeln EvekategoriID används. Under denna finns även sekundärnycklarna EvenemangID samt KategoriID.

För repeterande evenemang finns det även en skild tabell. Ifall ett evenemang upprepas t.ex. varannan vecka så lagras den info här. Primärnyckeln för denna tabell är RepevenemangID och annat som lagras här är tidpunkten då evenemanget börjar och när det slutar samt den intervall som skall användas då det repeteras. För att kunna samarbeta med tabellen Evenemang så finns även den tabellens primärnyckel som sekundärnyckel i Repevenemang-tabellen.

För bilderna som arrangörerna väljer att ladda upp på sidan finns det en tabell där de lagras. Varje bild får ett unikt ID som används som primärnyckel i denna tabell. För att få bilderna att hänga ihop med ett evenemang har man EvenemangID som sekundärnyckel med under Bilder-

tabellen. Här har man även valt att bestämma enligt figur 29 att ett evenemang kan ha flera bilder men en bild kan endast höra till ett evenemang.

10. Kodspråk för implementering av evenemangskalender

För att förverkliga denna evenemangskalender så behövs kunskaper inom HTML och CSS för att bygga upp evenemangskalenderns upplägg och design. Upplägget är en stor del av evenemangskalendern. HTML-koden bestämmer var sidan börjar och slutar. Den bestämmer även hur div-elementen är uppbyggda och vad som placeras innanför dem medan CSS bestämmer hur elementen skall se ut och hur de placeras. Då man använder sig av HTML är det viktigt att fundera var man sätter in element för att sedan enkelt kunna sätta in ett element i ett annat element. Man bör också tänka på att evenemangskalendern skall vara dynamisk dvs. fungera i olika skärmupplösningar. Detta kan förändra hur man bygger upp sina element och vilka element man sätter in i vilka element för att sedan göra det möjligt att förverkliga evenemangskalendern i olika skärmupplösningar.

Då man bygger en evenemangskalender så finns det alltid viktiga element som bör finnas med. De viktiga elementen som t.ex. filterrutan i evenemangskalendern bör vara synlig på ett professionellt sätt. Med professionellt sätt menar man att den bör ha tydliga färger men inte för skrikiga färger som kan ge den ett oproffensionellt utseende.

(w3schools, 2015a)

10.1 PHP

PHP är ett skriptspråk som används bl.a. till att kommunicera med databaser och servrar. Då man vill skriva någonting till en databas eller hämta någonting från en databas så kommunicerar man via PHP-språk.

I en PHP-fil kan det finnas PHP, HTML, CSS eller Javascript-kod.

Då man skapar en webbaserad evenemangskalender så krävs det mycket olika funktioner så att evenemangskalendern skall fungera. Funktioner som t.ex. filtrering och formulär kräver kodspråket PHP för att fungera korrekt för de krav som denna evenemangskalender har.

För att få en funktion för att registrera ny användare (arrangör/administratör), så måste man även här använda sig av PHP för att få ett fungerande formulär med e-post verifiering som samlar in all data som användaren fyllt i.

Då en administratör skall redigera eller ta bort användare på sidan, så måste det finnas en möjlighet att kunna redigera den data som finns i databasen eller ta bort data. Detta gör man med hjälp av PHP.

(w3schools, 2015b)

10.2 Javascript

Då man vill ha extra funktioner på sidan som t.ex. popup-fönster eller dropdown för de enskilda evenemang som finns så räcker inte PHP till och då är Javascript ett bra alternativ. Det enda som krävs för att köra Javascript är en webbläsare som har stöd för det, vilket alla i dagsläget har. Man kan säga att Javascript bestämmer hur sidan uppför sig.

För funktionen inläsande av flera evenemang nedtill på sidan som måste ske utan att det kräver uppdatering av sidan, så kan Javascript användas för att förverkliga det.

(w3schools, 2015c)

11. Utvecklingsmöjligheter

Denna evenemangskalender är byggd så att den skall passa för Raseborg men eftersom Raseborg är ett relativt stort område har man också tänkt på att det kan bli ett stort antal användare och besökare. För att göra evenemangskalendern mer effektiv i framtiden så skulle man kunna göra ett mer fritt system för registrerandet för användare på sidan och på det viset slippa manuella godkännanden för användare och evenemang.

Om sidan visar sig vara välbesökt kan även utökat antal språkval vara en prioritet. För större evenemangsarrangörer kan även behovet för eget bildgalleri växa för att visa upp tidigare evenemang, vilket kan vara en bra funktion för att få fler intresserade av evenemang som erbjuds.

Om evenemangskalendern blir populär och det görs många evenemangsinlägg så finns det också möjlighet att utvidga utbudet över evenemangskategorier så att evenemangskalendern inte blir stökig.

En manuell sökfunktion där man kan söka med valfri text kan också komma till nytta vid det skedet då man utvidgar kategoriutbudet.

Eventuella möjligheter för bättre synlighet för arrangörer är också något som skulle kunna inkluderas. Då företag önskar extra synlighet så skulle det kunna finnas möjlighet att betala en summa för att synas högst upp på första sidan eller på annat synligt ställe. Detta är något som kan diskuteras då det finns både fördelar och nackdelar med att vissa evenemang syns mer än andra.

12. Kritisk granskning och diskussion

Då slutarbetet togs emot så var det planerat att arbetet skulle bestå av en teoretisk planering av evenemangskalender samt även bygga upp den med hjälp av CodeIgniter. I ett senare skede gjordes det ändringar i planerna då det skulle vara för omfattande, så det valdes att endast göra en detaljerad plan över hur en evenemangskalender för Raseborg skulle kunna se ut och vara till hjälp för vilken webbdesigner som helst utan att begränsa det för mycket till någon CMS-plattform.

Eftersom detta endast blev en planering så var statistik en avgörande del för arbetet. På basis av de resultat från den statistik som samlats in togs viktiga beslut om b.l.a kategorier, sociala medier och andra viktiga detaljer för att få en så bra evenemangskalender som möjligt anpassad för Raseborg.

Intervjufrågorna som valdes för intervjuerna var noggrant uttänka för att ge tydliga och hjälpfulla svar men det konstaterades senare att en del frågor hade kunnat vara ställda på andra sätt för att göra en analys lättare. De insamlingsmetoder som användes visade sig till en viss del vara effektiva, men när det gällde intervjuerna med evenemangsarrangörer så konstaterades det även att det borde ha gjorts på ett annat sätt för att få in fler svar och bidra till en mer tillförlitlig grund att bygga upp en analys på.

Då även tiden blev en avgörande faktor för slutarbetet så blev en del saker mer prioriterade än andra och det hade gärna lagts ner mer tid på den grafiska designen och upplägget.

Även databasen och tillhörande tabeller som planerats hade varit mera givande att bygga upp i en databashanterare som t.ex. MySQL istället för endast en teoretiskt/grafisk planering för att ge mer erfarenhet då tidigare kunskaper gällande detta till en viss del varit bristfälliga.

13. Slutsatser

Det finns många olika evenemangskalendrar i världen och även i Finland, men i Raseborg finns det ingen evenemangskalender som man kan jämföra med de evenemangskalendrar som analyserats i detta slutarbete. För att skapa en evenemangskalender som börjar användas så krävs det en hel del.

Man kan konstatera i detta slutarbete att man fått ihop en evenemangskalender som reflekterar till många andra moderna evenemangskalendrar runt om i världen. Man har försökt ta med de viktigaste verktygen som behövs för Raseborg från de evenemangskalendrar som analyserats i detta slutarbete.

Många verktyg som har funnits med i de evenemangskalendrar som analyserats har lämnats bort eftersom en del av de evenemangskalendrarna har varit anpassade för områden eller städer med högre population. En evenemangskalender skall vara så simpel som möjligt men den skall också innehålla tillräckligt med funktioner så att den hålls lättanvänd men inte blir stökig.

Det är viktigt att man använder sig av framtidssäker teknik då man bygger en evenemangskalender så att man inte behöver göra några större förändringar om man i framtiden tänker göra uppdateringar för evenemangskalendern. Man bör också tänka på att evenemangskalenderns användarantal kan öka med tiden och därför ta i beaktande att vissa saker kan behöva uppdateras på grund av ökat antal besökare och användare.

Källförteckning

Computer Kunskap (2015) [Online]

Webb databasstruktur

<http://dator.wingwit.com/Programmering/php-mysql-programming/92809.html> [hämtat: 9.4.2015]

Haminan kaupunki (2015) [Online]

<http://www.hamina.fi/fi/Hamina-info/Tapahtumakalenteri> [hämtat: 31.1.2015]

London & Partners (2015) [Online]

<http://www.visitlondon.com/things-to-do/whats-on/special-events/london-events-calendar?ref=nav> [hämtat: 31.1.2015]

Stockholm Visitors Board (2015) [Online]

<http://www.visitstockholm.com/sv/Se--gora/Evenemang/> [hämtat: 31.1.2015]

Visithelsinki.fi (2015) [Online]

<http://www.visithelsinki.fi/juuri-nyt/tapahtumia/helsingin-tapahtumahaku> [hämtat: 31.1.2015]

w3schools.com (2015a) [Online]

HTML & CSS

<http://www.w3.org/standards/webdesign/htmlless> [hämtat: 1.4.2015]

w3schools.com (2015b) [Online]

PHP 5 Introduction

http://www.w3schools.com/php/php_intro.asp [hämtat: 1.4.2015]

w3schools.com (2015c) [Online]

Javascript tutorial.

<http://www.w3schools.com/js/> [hämtat: 1.4.2015]

2014 NYC.com Inc. (2015) [Online]

<http://www.nyc.com/events/> [hämtat: 31.1.2015]

Figurförteckning

Figur 1. Överblick på Stockholms evenemangskalender.

Figur 2. Filtreringsalternativ på Stockholms evenemangskalender.

Figur 3. Sidan för enskilt evenemang på Stockholms evenemangskalender.

Figur 4. Stockholms evenemangskalender i mobiltelefonen.

Figur 5. Överblick på Helsingfors evenemangskalender.

Figur 6. Sidan för enskilt evenemang på Helsingfors evenemangskalender.

Figur 7. Filtreringsalternativ på Helsingfors evenemangskalender.

Figur 8. Helsingfors evenemangskalender i mobiltelefonen.

Figur 9. Överblick på Fredrikshamns evenemangskalender.

Figur 10. Sidan för enskilt evenemang på Fredrikshamns evenemangskalender.

Figur 11. Fredrikshamns evenemangskalender i mobiltelefonen.

Figur 12. Överblick på New Yorks evenemangskalender.

Figur 13. Några av filtreringsalternativen på New Yorks evenemangskalender.

Figur 14. Sidan för enskilt evenemang på New Yorks evenemangskalender.

Figur 15. New Yorks evenemangskalender i mobiltelefonen.

Figur 16. Överblick på Londons evenemangskalender.

Figur 17. Filtreringsalternativ på Londons evenemangskalender.

Figur 18. Sidan för enskilt evenemang på Londons evenemangskalender.

Figur 19. Londons evenemangskalender i mobiltelefon.

Figur 20. Statistik över metoder evenemangsarrangörer använder då de gör reklam för sina evenemang.

Figur 21. Statistik över de språk som används av evenemangsarrangörer i reklamen.

Figur 22. Statistik över antalet språk evenemangsarrangörer använder sig av i reklamen.

Figur 23. Statistik över hur evenemangsbesökare får reda på evenemang.

Figur 24. Statistik över hur ofta olika åldersgrupper besöker olika typer av evenemang.

Figur 25. Grafiskt upplägg för evenemangskalendern.

Figur 26. Grafiskt alternativ för evenemangskalendern

Figur 27. Grafiskt upplägg för mobilversionen av evenemangskalendern.

Figur 28. Grafiskt alternativ för mobilversionen av evenemangskalendern

Figur 29. Överblick på exempel av databas.

Tabellförteckning

Tabell 1. Funktioner på de evenemangskalendrar som jämförts.

Bilaga 1

Intervjufrågor för evenemangsarrangörer

1. Hur gör ni reklam för era evenemang? Vilka kanaler använder ni? (Internet, tidningar, fysiska plakat/ affischer, andra sätt)?
2. Vilka sociala medier använder ni om ni använder sociala medier för reklam?(facebook, twitter, google plus osv.?)
3. Gör ni reklamen själv eller anlitar ni någon annan för att göra reklam?
4. Vilka åldersgrupper riktar ni er till?
5. I vilka områden/städer gör ni reklam?
6. Vilka språk används i reklamen?
7. Vad för info om evenemanget är viktigt för er i reklamen?
8. Har ni betalat för att göra reklam på nätet för ett evenemang?
9. Brukar ni ha bildmaterial på/från evenemangen?
10. Hur tidig i förväg brukar ni börja göra reklam för ett evenemang?

Intervjusvar av evenemangsarrangörer

NR 1

- 1) Svar: Stadens hemsida, Facebook, planscher, ibland annons i papperstidning.
- 2) Svar: Facebook.
- 3) Svar: Vi gör i första hand reklamen själv, ibland anlitar vi grafiker.
- 4) Svar: främst 13-17 år, men kan också vara evenemang för 9-12 år eller 13-29 år.
- 5) Svar: Raseborg.
- 6) Svar: Svenska och finska.
- 7) Svar: Datum, plats, kort vad det handlar om samt kontaktuppgifter.
- 8) Svar: Nej.
- 9) Svar: Ja.
- 10) Svar: Beror på, kan vara mellan 1-3 månader i förväg.

NR 2

- 1) Svar: *tidningar, internet, affischer, mun till mun.*
- 2) Svar: *Facebook, twitter främst*
- 3) Svar: *Vi gör till 99% själv.*
- 4) Svar: *Alla.*
- 5) Svar: *Främst Raseborg men internet nås ju av hela världen Vi har fans runt Finland och världen.*
- 6) Svar: *För tillfället mest finska men vi försöker få svenskan mer o mer. Engelskan används också mycket för att slippa finskan o svenskan och för att våra internationella vänner ska förstå bättre.*
- 7) Svar: *Tid, plats, evenemang.*
- 8) Svar: *Joo vi har testat Facebook reklam och gjort reklam på paakallo.fi.*
- 9) Svar: *Joo om vi har passligt material.*
- 10) Svar: *Några veckor till ett par dagar före.*

NR 3

- 1) Svar: *Har använt sig av Västra Nyland men har övergått till Etelä Uusimaa pga. att västis är så dyrt.*
- 2) Svar: *Facebook.*
- 3) Svar: *50 % Reklamcenter (layout) , själv: hemsidor.*
- 4) Svar: *Alla! Grupp från 2- 90 år. Ensamrätt på "Arne alligator" osv.*
- 5) Svar: *Händer det i Ekenäs skall man göra reklam i Ekenäs + sociala medier.*
- 6) Svar: *80% svenska och 20% finska och om staden köper så 50% svenska och 50% finska.*
- 7) Svar: *vem spelar? Datum? Plats? Tid? Kostnad? Var händer de? Granna färg och gärna en naken brud i övre kanten om det finns med!*
- 8) Svar: *Nej! Har två gånger köpt på Facebook för 5,63€ men den syns inte. Inga resultat!*
- 9) Svar: *Röda tråden igenom: affisch (minst en A3) → Utforma annons → Vägs skylt → JPG fil för att den skall fungera bra på Facebook.*
- 10) Svar: *Jobbar nu i Februari på ett evenemang som skall vara i Juli - Augusti.*

NR 4

- 1) Svar: *Vi använder direkt reklam (epost) internet, tidningar, skyltar och flyers.*
- 2) Svar: *Facebook, offentliga och slutna grupper.*
- 3) Svar: *Vi gör reklamen själv och samarbetspartners trycker och distribuerar dem.*

- 4) Svar: *Beror på evenemangets art.*
- 5) Svar: *Närmast Raseborg.*
- 6) Svar: *Svenska, finska och ibland engelska.*
- 7) Svar: *Tidpunkt och evenemangets art samt inträde.*
- 8) Svar: *Nej.*
- 9) Svar: *Oftast.*
- 10) Svar: *Beror på evenemanget. Turneringar 4 månader före. Konserter etc 2 månader före. Representationslagets matcher 2 veckor före.*

NR 5

- 1) Svar: *Dagstidningar, hemsidan.*
- 2) Svar: *Facebook.*
- 3) Svar: *Man gör själv reklamen.*
- 4) Svar: *Från myndiga personer till 100 år.*
- 5) Svar: *Raseborg.*
- 6) Svar: *Finska och svenska.*
- 7) Svar: *Vilken tid det är och var och om det serveras något, t.ex kaffe och bulla eller soppa.*
- 8) Svar: *Nej.*
- 9) Svar: *På facebook, ja.*
- 10) Svar: *Ca en vecka på förhand.*

NR 6

- 1) Svar: *Internet och affischer, epost och telefonsamtal.*
- 2) Svar: *Facebook och instagram.*
- 3) Svar: *Vi gör reklam själv.*
- 4) Svar: *Vi riktar oss till andrastadiets studerande dvs ålder 16-19 samt deras studiehandledare och lärare.*
- 5) Svar: *Vi gör reklam i hela svenskfinland och även närregionens (från pargas, salo, lojo till esbo) finskaskolor.*
- 6) Svar: *Svenska, samtal och brev också på finska.*
- 7) Svar: *Att vi är en skola där man får bra utbildning och vi har stort utbud, trevlig stämning och Högskoledagen är en trevlig annorlunda skoldag.*
- 8) Svar: *Nej.*

9) Svar: Jo varje år, finns på hemsidan.

10) Svar: Första brevet om att reservera dag går ut i April-Maj då Högskoledagen är i December, för att skolorna skall reservera dagen i sin läsårsplan. Mera detaljerad info skickas ut efterhand under hösten.

NR 7

1) Svar: Vi använder oss för det mesta av sociala medier. Exempelvis fb eller instagram. Vi använder oss också av affischer och tidningar. Mun till mun metoden på en liten ort fungerar också effektivt. Det mest effektiva är dock Fb för tillfället.

2) Svar: Facebook & Instagram. Även vissa chattar.

3) Svar: Vi gör all vår reklam själv. Lagar egna affischer i fotoshop, uppdaterar våra internetsidor själva mm.. Effektivt och sparsamnt då man inte är beroende av någon som helst mellan hand.

4) Svar: Allt från åldersgrupperna 15 och uppåt.

5) Svar: Raaseborg, Ingå, Hangö. För större evenmang t.o.m Lojo, Kyrkslätt och Esbo.

6) Svar: Finska, Svenska, Engelska.

7) Svar: Datum, plats, vad för evenmang det är frågan om och vilka klockslag. Andra saker man bör tänka på är t.ex. att få ut att om platsen har A-rättigheter, åldersgräns.

8) Svar: Aldrig. Så länge fb finns så ser vi det inte vara lönsamnt.

9) Svar: Absolut. Vi laddar upp bild material från våra evenmang allt som oftast.

10) Svar: Beroende på evenemang. Oftast kommer dom upp redan med alla info många månader före. Sen görs massreklam effektivt i 2-3 veckors tid före evenemanget.

NR 8

1) Svar: Alla kanaler ni nämner här samt flyers direkt i postlådor.

2) Svar: Facebook.

3) Svar: Vi anlitar en reklambyrå.

4) Svar: I pricip alla, men i första hand 20-50 åringar.

5) Svar: Raseborg, Hangö, Ingå.

6) Svar: Svenska och finska.

7) Svar: Evenemangets innehåll och naturligtvis var och när.

8) Svar: Ja.

9) Svar: Ja.

10) Svar: 2-4 veckor.

NR 9

1) Svar: Vi i Lasse Näsman Cup anlitar alla former av media!

2) Svar: Vi använder oss av Facebook mycket, twitter lite grand samt att vi huserar på Instagram och använder, Google regelbundet!

3) Svar: Vi gör själva mestadels reklamen!

4) Svar: I Lasse Näsman Cup för vuxna och i K-superMarket Cup till Vuxna och barn!

5) Svar: Vi gör reklam över hela Finland och även lite reklam i Norden!

6) Svar: Det används svenska, finska och engelska!

7) Svar: Vårt brand LNC är viktig samt att turnerings tidpunkter då evenemanget föregår!
Samt att sponsorerna får sin synlighet!

8) Svar: Vi har betald hemsida i www.lassenasmancup.fi

9) Svar: För oss i LNC är bildmaterialet en väsentlig för evenemanget!

10) Svar: Vi gör reklam under hela året då vi arrangerar sommar, vinter och vår Lasse Näsman Cup!

Bilaga 2

Intervjufrågor för evenemangsarrangörer

11. Hur gör ni reklam för era evenemang? Vilka kanaler använder ni? (Internet, tidningar, fysiska plakat/ affischer, andra sätt)?
12. Vilka sociala medier använder ni om ni använder sociala medier för reklam?(facebook, twitter, google plus osv.?)
13. Gör ni reklamen själv eller anlitar ni någon annan för att göra reklam?
14. Vilka åldersgrupper riktar ni er till?
15. I vilka områden/städer gör ni reklam?
16. Vilka språk används i reklamen?
17. Vad för info om evenemanget är viktigt för er i reklamen?
18. Har ni betalat för att göra reklam på nätet för ett evenemang?
19. Brukar ni ha bildmaterial på/från evenemangen?
20. Hur tidig i förväg brukar ni börja göra reklam för ett evenemang?

Bilaga 3

Intervjuer av besökare

Namn (Frivilligt) och ålder
NN, 30
NN 29
NN 28
NN 23
NN 44
NN 23
NN, 23
NN, 26
NN, 59
NN, 22
NN, 44
NN, 30 år
NN, 48
NN, 54 år
NN, 51 år
NN, 51år
NN, 58
NN, 54 år
NN, 55år
NN, 44 år
NN, 40 år
NN, 45 år
NN, 37år
NN, 32
NN, 37 år
NN, 45
NN, 36
NN, 44 år
NN, 46 år
NN, 43
NN, 50
NN, 52 år
NN, 54 år
NN, 30
NN, 50
NN, 63
NN 32
NN 54
NN 50+
NN 64
NN 31
NN 44
NN 29
NN 26
NN 23

Hur får ni reda på evenemang? (Internet, affischer eller andra metoder?)	Hur ofta besöker ni evenemang?
internet och via bekanta	3-5ggr/år
internet,kamrater	1-2ggr/år
Internet	Mindre än 1gång/år
Internet	1-2ggr/år
internet	1-2ggr/år
Internet	1-2ggr/år
internet	6-10ggr/år
Internet, affischer och via vänner	3-5ggr/år
Tidningen + Internet	3-5ggr/år
Internet, vänner	1-2ggr/år
internet, facebook, tidningar	3-5ggr/år
Google, nyhetsbrev	Mera än 10 ggr/år
Lokalradio	1-2ggr/år
Facebook, annonser i lokaltidningarna, internet, inbjudningar via mail eller facebook, stora affischer/plakat längs vägarna	Mera än 10 ggr/år
internet	3-5ggr/år
internet , veckotidning, via kompisar	3-5ggr/år
internet, tidningar	3-5ggr/år
tidning, affischer,internet	1-2ggr/år
internet	1-2ggr/år
Internet, tv, radio	3-5ggr/år
internet	1-2ggr/år
alla möjliga mest nätet	6-10ggr/år
affischer, tidningen	1-2ggr/år
reklam på tv, radio, fb o internet	6-10ggr/år
internet	3-5ggr/år
internet å affischer	3-5ggr/år
av bekanta, e-mail, reklam på radio	6-10ggr/år
internet	1-2ggr/år
internet,tidningar	3-5ggr/år
Internet, tidningar, affischer	6-10ggr/år
affischer	1-2ggr/år
internet, bekanta, tidningar	3-5ggr/år
tidningar o bekanta	3-5ggr/år
Internet, tidningar	3-5ggr/år
fb, affischer, tidningar	Mera än 10 ggr/år
internet, VNY	3-5ggr/år
internet, tv, radio	3-5ggr/år
Internet	Mera än 10 ggr/år
kollar på internet, tidningsar, annonser, "djungeltrumman"	1-2ggr/år
Internet / FB/ Bekanta	3-5ggr/år
Internet, vänner	1-2ggr/år
Internet , reklam , via bekanta	3-5ggr/år
internet, affischer	1-2ggr/år
Radio, tv, internet o affischer	Ca 3-4 ggr året
Internet, eller bekanta.	Varje vecka

Vad för info om evenemanget är viktigt i reklamen?	Vad vill ni se för möjligheter att köpa biljetter? via nätet? fysiska butiker/ kiosker?
vad allt evenemanget innehåller	alla möjligheter som bara går
pris och tider	via näte
Innehåll, tidpunkt	nätet
Datum samt information om vad för slags evenemang det handlar	Nätet eller på plats
pris	möjlighet att betala tex i r-kiosk
Plats, datum mm.	Via nätet!
Tidpunkt(exakta klockslag), plats, innehåll	via nätet är absolut enklast
var evenmanget hålls, priset och datumen	via nätet
Tiden Artisten	Alla
utrymme (antal människor), kontaktinfo, särskild plats för handikappade (rullstol etc.), tid (hur länge evenemanget håller på), [a-rättigheter?]	nät, r-kioski eller liknande
tid, plats, program,	nätet, vid dörren
Tidpunkt, utbud	Nätet, självprintande
Plats, när och pris	Marknaden
Det beror på typen av evenemang, men tid och plats är alltid viktigt. Ifall det är fråga om t.ex. ett seminarium är också programmet viktigt	Tycker det är bekvämt att köpa biljetter via nätet, men också t.ex. Luckomas service är bra.
vilken typ av evenemang, datum, tid, plats, pris	alla ovanstående
Tid, plats, pris, kort resumé över innehållet om det är fråga om kulturevenemang , bilder på uppträdande eller annan typ av bild ger ett mervärde	nätet så att biljetten genast kan printas ut, i en biljettlucka som är central tillgänglig under tid som tillåter att man kan köpa efter arbetstid samt vid ingången till evenemang
datum, pris, underhållning	via nätet
pris och datum	via nätet
datum. pris.kiosker	kiosker.via nätet
Datum, plats, pris	Nätet, kiosker även butiker
Datum, pris	Nätet, butil
Datum och pros	allt går
datum.	via nätet
tid, adress, pris	via nätet är bäst
datum, klockslag o pris	via nätet
datum pris var vad bjuds för program	på plats
tid, pris o plats	nätet eller vid evenemanget
Plats, dag, pris	R-kioskerna
datum,pris,plats	nätet men ockdå möjlighet o köpa på hemorten
Vad det handlar om, datum, tid, plats och pris	Ja alla ovan
pris	via nätet
Plats,datum, deltagare, arrangörer	fysiska butiker el kiosker ev via nätet beroende på priset och information!
Pris o datum	helst fysiska platser
Datum, pris, plats	via nätet
Datum, pris, plats	internet
datum, pris och vad det gäller	nätet
datum, tid och pris	via nätet och fysiska butiker
Var ,när och hur!	Olika butiker
datum, klockslag, pris	köper biljetter på plats och stället
Pris/ Var/ När, samt en ungefärlig Tid, alltså hur länge evenemang	Helst "öga mot öga" köp för ändamålet avsedd plats, eventuellt kiosk. Eller Nätet.
Datum o tid, program	Via nätet
Allt, datum, pris , plats , tid...	Nätet
datum, pris, underhållning typ eller artist	internet och butiker
Typ av evenemang, Var? När? Hur? Vilken tid? Priset? Någon läm	Via nätet gärna, men fysiskt från kiosk går bra om de e möjligt att göra lokalt.
Tid o datum e helt bra oveta.	Näh,varifrån man får biljetterna ärint så stor skillnad.

Vad för typ av evenemang brukar ni besöka?	Brukar ni rekommendera evenemang för era bekanta? isåfall hur?
ishockeymatcher	jo. kontakta med samtal eller meddelande
musik och bilar mp	facebook
blandade	internet
Mässor	Berätta att det har varit ett nice evenemang.
teater, musik	ja. sms eller fb
Blandat, det som intresserar!	Ibland, och via SMS/Facebook eller dyligt
musikevenemang med alkoholförsäljning samt bilevenemang	diskutera saken över en kopp kaffe
musik och fest evenemanger	via facebook och whatsapp
Musik och teater	By Mouth
mässor (mp-messut, digiexpo)	ibland, via facebook eller helt face to face
konser, mässor, utställningar, teater,	dela på facebook, samtal
Konserter, mässor, soprtevenemang	Share with button
-	-
Seminarier, utbildningstillfällen, byadagar, sommarhappenings, ibland någon revy, teater eller konsert	delar på facebook, berättar muntligen
mat, motion, hälso evenemang	Jo, via face to face, fb, watsap
teater, modeshower, mässor, festivaler ss Ruisrock etc. Föreläsningar och conventions	via Facebook , e-post, telefonsamtal, F2F, SMS
konserter, teatrar	ringer och säger att kom med!!!
teater	Ja via telefon och sms
teater.bio.musikal.	pratar om det
Konserter	Ja, via e-post, per sms eller telefonsamtal
musik	om det är någon bra artist, så ringer man i runt och frågar om dom hänger med
musik och teater	juu muntligt
för barn menade	med telefonen
konserter, utställningar,mä	
evenemang för barn o musik	inte så ofta, med textmeddelande
danser. fester.konserter	ja.via facebook bla
mässor, teater, konserter	nej
konserter, messor	jo, face to face
musik, teater	ja, berättar åt dem
Mässor, musikevenemang, marknader	Ja ibland, per sms/mail/personligen
musik	sällan
konserter, teater,resor....	jo muntligt el via datom!
konserter ibland och sällskapsresor	jo om det är bra .. Muntligt för det mesta
Konserter, Idrottsevenemang	Ibland. sociala medier, face to face
komsert, mässor, torg	fb, prata
teater, konsert	via facebook
konserter, idrott	jo via sociala medier och per telefon
Dans,caravan,gästbåthamnar	Gå in på den och den Websidan
kultur, ibland nöjen	Jo ibland. berättar om evenemanget och ber dem kolla mera info på nätet om jag vet att det finns info mo det där
Teater, Konserter.	Ja, "från mun till mun".
För barnfamiljer	Kanske ibland, i vanlig diskution
Företagsmässor , fitnessmässor ,	Absolut
konserter, musikaler	ja, genom att säga om det var bra
Heavy metal för de mesta.	Joo, via foton videon, möjligtvis om det finns motsvarande konserter redan på DVD/Blu-ray, Youtube live videon.
Enbart sport o fester.	Genom att tala om om för dem.

Vad skulle ni vilja se mera av? gratisevenemang?

kommer inte på någonting just nu

mp

gratis evenemang

-

stora loppis evenemang

Större och flera evenemang i Finland

nej. Vilda evenemang med alkoholförsäljning

alltid najs med gratis evenemang

Förstås

ingen aning

Gratisevenemang

Tycker att det finns ett bra utbud av olika typers evenemang. I alla fall tillräckligt för att täcka mina behov.

just sådana som jag nu också helt deltar i

spontana kulturella evenemang i stadsbilden. Ex. Trubadur på beachen eller dansuppvisning vid supermarkets som gratisevenemang med kollekt

Ja, varför inte, kanske allsång!

teater

Allt möjligt

Mitt behov är mättat för tillfället :) Men mera svenska konserter för barn & ungdomar kanske

tycker det är bra redan

mera gratis evenemang vintertid för barn

evenemang för barn

?

vet inte

jo gratis evenemang

musik av olika slag

Gratis ja tack, annars är jag ganska nöjd med utbudet

gratis kurser och musikevenemang, välgörenhetsprogram för inhemska barn och fattigare och sjuka människor!

välgörenhetskonserter till ett förmånligare pris för inhemska sämre ställda barn och sjuka människor!

gratisevenemang

..

gratis konserter tex parker o torg på sommaren

mera lokala evenemang; konserter, mässor var butiker i området(raseborg)skulle delta

Räcker för mig det som finns

kulturevenemang

Utbudet räcker nog till !

Evenemang för barn- o hela familjen, gratiskonsert, musik, trollkonst...

Sommar konserter, typ popkalaset i stallörsparken , mera evenemang för den yngre generationen, vi gamla gemyler har nog tillräckligt

mera utländsk och svensk standup, gratis evenemang

Mera stora lokala evenemang

Har inga direkta åsikter.

Bilaga 4

Formulär för intervju av besökare

Frågor för evenemangsbesökare

Slutarbete, Novia - Sebastian & Mathias

Namn (Frivilligt) och ålder

Hur får ni reda på evenemang? (Internet, affischer eller andra metoder?)

(Alla typer av evenemang)

Hur gör ni då ni söker ett evenemang

(Som ni är intresserad av att besöka)

Hur ofta besöker ni evenemang?

- ☐ 1-2ggr/år
- ☐ 3-5ggr/år
- ☐ 6-10ggr/år
- ☐ Mera än 10 ggr/år
- ☐ Mindre än 1gång/år

Vad för info om evenemanget är viktigt i reklamen?

(t.ex. datum, pris osv)

Vad vill ni se för möjligheter att köpa biljetter? via nätet? fysiska butiker/ kiosker?

Vad för typ av evenemang brukar ni besöka?

Brukar ni rekommendera evenemang för era bekanta? isåfall hur?

Vad skulle ni vilja se mera av? gratisevenemang?

Submit

Never submit passwords through Google Forms.